



Indholdsnotat: Ishøj Iværksætterhus

Indholdsfortegnelse

ISHØJS IVÆRKSÆTTERHUS	2
1. BAGGRUND OG FORMÅL	2
BAGGRUND – HVORFOR VIL VI HAVE ET IVÆRKSÆTTERHUS I ISHØJ?.....	2
FORMÅL – FRA DRØMME TIL KONKRETE PLANER	2
IDEERNES OG BRUGERNES HUS	2
2. MÅLGRUPPER OG DERES BEHOV	3
MÅLGRUPPER	3
HVAD HAR MÅLGRUPPERNE BRUG FOR?	6
MÅLGRUPPERNES SAMHØRIGHED - HVOR ER DE PÅ REJSEN MOD EGEN VIRKSOMHED?	7
FOKUSERET START.....	7
3A. INDHOLD I IVÆRKSÆTTERHUSET	8
SUPPLEMENT TIL EKSISTERENDE TILBUD	8
SAMMENHÆNG MELLEML EKSISTERENDE OG NYE TILBUD.....	9
HVORDAN SKABER VI INDHOLDET?	10
3B. RAMMERNE	11
DET FYSISKE MILJØ FOR IVÆRKSÆTTERHUSET	11
BELIGGENHED	11
ØVRIGE FORHOLD	11
4. MARKEDSFØRING OG ÅBNING	12
MARKEDSFØRING	12
ÅBNING 2015.....	12
5. ORGANISERING	12
ORGANISERING	12
RESSOURCER OG ORGANISATION	13
6. SUCCESKRITERIER OG EVALUERING	13
SUCCESKRITERIER 2015.....	13
EVALUERING	13
7. BUDGET	14

Dokumentdato: 20.10.2014

ISHØJS IVÆRKSÆTTERHUS

1. Baggrund og formål

Baggrund – hvorfor vil vi have et iværksætterhus i Ishøj?

Ishøj Kommune vil skabe sit eget iværksætterhus. Huset skal være med til at skabe nye muligheder for, at nogle af kommunens borgere kan leve deres drøm ud, blive styrket i troen på at starte som selvstændig eller prøve en konkret forretningsidé af. Ishøjs Iværksætterhus er derfor en af målsætningerne i Ishøjs Erhvervspolitik.

Ishøjs iværksætterhus er et sted, der skal motivere og engagere til at skabe egen virksomhed. Stedet er for både dem, der kan og vil selv – og som har brug for mere viden og et fællesskab. Det er også for dem, som har lysten, men har brug for en hjælpende hånd til at komme videre.

Dette notat beskriver udgangspunktet for, hvad Ishøjs Iværksætterhus skal indeholde. Det kan forventes at blive rettet til løbende med erfaringer og på baggrund af evalueringer. Arbejdstitlen for iværksætterhuset er ”Ishøjs Iværksætterhus”.

Formål – fra drømme til konkrete planer

Ishøjs Iværksætterhus skal skabe et iværksætttermiljø i Ishøj. Det vil sige et sted, hvor alle der drømmer om at blive selvstændige, kan få hjælp og motivation til at gøre deres drømme konkrete med form og indhold. Det skal være stedet, hvor drømmen kommer tættere på virkeligheden.

Det skal samtidig være et sted, hvor også entreprenante borgere, på vej til at starte egen virksomhed, kan blive klædt endnu bedre på.

Lovgivningsmæssigt hører dette under §12, Lov om erhvervsfremme. Hermed kan kommuner gennemføre og finansiere erhvervsserviceaktiviteter over for en åben kreds af iværksættere og virksomheder. Denne service kan bestå af information og vejledning om start, drift og udvikling. Der kan også afholdes netværksmøder, kurser og lignende kollektive arrangementer. Ydelserne må ikke virke konkurrenceforvridende i forhold til den rådgivning og de aktiviteter, der tilbydes af private rådgivere og kursusudbydere.

Ideernes og brugernes hus

Der findes andre iværksætterhuse og iværksætttermiljøer i Københavnsområdet. Nogle er målrettet bestemte brancher, eksempelvis socialøkonomiske virksomheder, grønne virksomheder, eller virksomheder der arbejder med lyd og lys.

Ishøjs Iværksætterhus vil ikke være branchespecifikt og en del af tilbuddene i huset vil være kendetegnet ved, at give råd og vejledning på ”de tidlige niveauer” i forhold til iværksætteri. Det vil sige, at alle, der blot tænker på, at blive selvstændige, skal kunne finde et relevant tilbud i Ishøjs Iværksætterhus. Indholdet i iværksætterhuset skal tilpasses dertil, og fremtidens brugere skal også være med til at forme indholdet.

Huset stiller faciliteter til rådighed, så iværksættere kan arbejde i kortere perioder. Størsteparten af aktiviteterne i iværksætterhuset vil være undervisning, vejledning og møder. Huset vil danne ramme for allerede eksisterende tilbud, men også give et supplement hertil. Alt samlet under ét tag. Samspillet mellem de eksisterende tilbud og nye tilbud i Ishøjs Iværksætterhus uddybes i afsnit 3A om indhold.

2. Målgrupper og deres behov

Målgrupper

Ishøjs iværksætterhus er åbent for alle, der gerne vil starte egen virksomhed. Indholdet i iværksætterhuset skal appellere til flere typer af målgrupper:

- Entreprenørerne
- Tænkerne
- Aha-oplevelserne - Iværksætteri som en vej
- Direktøren for det hele
- Virksomhedslederne

I det følgende beskrives disse målgruppers behov og ønsker.

Entreprenørerne

Hvad tænker de om iværksætteri/erhverv?

Disse ressourcestærke iværksættere ved allerede, at de vil have "deres eget". Det er ikke nødvendigvis på fuld tid, det kan være en bibeskæftigelse ved siden af arbejde eller uddannelse. Nogle entreprenører er meget risikovillige og igangsættende, uden at have alle detaljerne på plads. Andre grundigere, men stadig parate til at tage springet. De er ambitiøse og tror på deres ide og vilje. Ofte kender de nogle i deres netværk, der er selvstændige. Vi finder de unge fra CPH West i denne kategori og også andre iværksættere, uanset alder, der er målrettede.

Hvad vil de lave?

De har en passion og en idé om, hvad de vil lave. Typisk har de noget erfaring inden for det felt eller branche, de vil arbejde med.

Hvor langt er de i deres rejse mod egen virksomhed?

De er i gang eller meget tæt på at starte virksomhed. De har ikke nødvendigvis fået solgt produktet endnu.

Kodeord

Ressourcestærke

Passion

Noget erfaring

Risikovillige

Tænkerne

Hvad tænker de om iværksætter/erhverv?

De har tanken om, at egen virksomhed kunne være noget for dem. Som entreprenører, så er det måske ikke nødvendigvis på fuld tid, og heller ikke lige nu og her. De har måske gået med ideen længe, men har ikke turde tage springet. De er af natur mere forsigtige end entreprenørerne. De kan godt være arbejdsledige i dag, og derfor overvejer de, om det er nu, de skal gøre alvor af drømmene. Det kan også være, de er i beskæftigelse eller i gang med at afslutte en uddannelse, og så tænker på, hvilke andre muligheder, der findes.

Hvad vil de lave?

De har nogle tanker og ideer, nogle måske også et færdigt projekt i tankerne, men de har ikke delt det med særligt mange. De kan godt have erfaring, men det kan også være, de drømmer om at lave noget helt andet, end det de gør/har gjort ind til videre.

Hvor langt er de i deres rejse mod egen virksomhed?

De er på tankeplanet. Det er løse tanker, der ikke helt er tænkt fra ide til kommerciel tanke.

Kodeord

Drømme og interesse

Søger sikkerhed

Aha-oplevelserne - Iværksætter som en vej

Hvad tænker de om iværksætter/erhverv?

Det har de bare ikke overvejet før. De har ikke været klar over, at muligheden var der og kunne være muligt for dem selv. Det er typen, der bliver passende forstyrret af spørgsmålet ”Har du tænkt på, at du også har muligheden for at blive den næste Richard Branson?”. De vil begynde at reflektere over, at der måske er en vej, de ikke har kendt til, og at de med mulighed for information og vejledning, også kan blive selvstændige.

De er på et tidspunkt i deres liv, hvor de trænger til luftforandring. De kan være arbejdsledige i dag, det kan også være, de er i beskæftigelse.

De er lidt som tænkerne, når de får motivationen til at starte som selvstændige.

Hvad vil de lave?

Det har de brug for at tænke over, og de skal lære at tænke fra ide til handling. De vil lave noget, der kan betale sig, og der skal være interesse og fornuft i det. Det skal kunne være en levevej/indtjening for dem.

Hvor langt er de i deres rejse...?

De vidste slet ikke, at de skulle ud på den her rejse. De står et sted og venter på motivation, inspiration og viden.

Kodeord

Aha – så iværksætter er også for mig

Brug for motivation og indspark

Direktøren for det hele - Små eksisterende virksomheder

Hvad tænker de om iværksætter/erhverv?

Statistikkerne viser, at det er de færreste nystartede virksomheder, der overlever i mere end tre år. Når virksomheden er startet, og der forhåbentlig også er en smule omsætning, kommer der andre udfordringer forbundet med virksomhedsdrift. Derfor går denne målgruppe med overvejelser á la: Hvordan får virksomheden flere kunder? Hvordan kan produktionen og leveringen følge med? Hvordan med den første ansatte? Kan økonomien holde?

Det kan stadig være en bibeskæftigelse – iværksætteren går også på arbejde som lønmodtager/i skole, men det er alligevel fuldtidsarbejde at være selvstændig. Arbejdspresset er stort, for der er en risiko for fiasko, personligt som økonomisk. Typisk er denne målgruppe stadig en enkeltmandsvirksomhed, måske med en enkelt løst tilknyttet medarbejder eller lige på vippen til at få en rigtig ansat. Så titlen ”direktøren for det hele” betyder blot at én mand m/k løser det hele.

Hvad laver de?

De kan være i alle typer af brancher, og de kan være startet på mange baggrunde, både med og uden brancheerfaring. Det er heller ikke så væsentligt hvordan de startede ud, nu er fokus på fortsat at have en levedygtig virksomhed.

Hvor langt er de i deres rejse...?

De er i rivende fart. De gør sig overvejelser om virksomhedens fortsatte overlevelse, hvordan de vækster virksomheden og hvordan de får hverdagen til at hænge sammen.

Kodeord

Reel virksomhedsdrift

Daglige udfordringer

Fiasko eller succes, knald eller fald – hvordan overlever denne virksomhed?

Virksomhedslederne

Hvad tænker de om iværksætter/erhverv?

Denne målgruppe er leder af eksisterende virksomheder i drift. Firmaet har nogle år på bagen. De er det stof, som det lokale erhvervsliv består af. Fællesnævneren er, at de er arbejdsgiver og har opbygget en organisation. Vi finder flere af medlemmerne for Ishøj Erhvervsforening i denne gruppe.

Det er hos dem, mindre virksomheder og iværksættere søger inspiration. De skal holde deres virksomhed (som de måske selv ejer, måske ikke) kørende og skabe overskud, skabe arbejdspladser og skabe vækst.

Måske er de knapt så vækstorienterede i dag, de kan være lidt i krise, og kæmper for at holde sig kørende.

Hvad laver de?

Alle brancher kan være repræsenteret.

Hvor langt er de...?

De driver en eksisterende virksomhed, som har betydning for lokalsamfundet i kraft af arbejdspladser. Hvis denne virksomhed ikke fortsætter, betyder det tab af arbejdspladser.

Kodeord

Driftige virksomheder – med udfordringen at skabe arbejdspladser, vækst og økonomisk overskud.

Knap så driftige virksomheder – der har udfordringer med at fortsætte.

Hvad har målgrupperne brug for?

Entreprenørerne

De har brug for et realitetstjek, og en kobling mellem ambitioner og realiteter. Det kan de få gennem vejledning. De har brug for sparring på deres ide, de har brug for at høre synspunkter og vejledning fra nogle, der ikke er i deres netværk. De kan bruge ”basispakken” fra Væksthuset¹, men de har særlige behov om finansiering, hjælp til udvikling af produktet i en prototype, og de har brug for den rette sparring. De har også brug for et netværk. Det hjælper at kende nogle, der kender nogle. De har også brug for et sted ”at gå hen”. De skal have holdt nogle møder med nogle mennesker, men de arbejder ellers ok hjemmefra og i deres fritid. De vil gerne møde andre i netværk på tværs.

Tænkerne

De har brug for at turde tage springet, de skal have hjælp til at komme fra ide til kommerciel tanke. De kan benytte basispakken, men de skal have hjælp til at få modet. Her handler det i høj grad om ”how to” viden til at kunne tage springet. De har brug for konkrete kompetencer og hjælp til at få sammensat en kompetenceudviklingsplan.

Aha-oplevelserne

De har brug for at blive motiveret. Brug for at få øjnene op for, at det måske er en mulighed for dem. De har brug for at nogle får fat på dem, og fortæller om iværksætterier.

Direktøren for det hele

De har brug for at kunne holde sig flydende og at deres virksomhed bliver til noget, de kan leve af. De kan have brug for et inkubatormiljø, hvor de kan komme hen og ”gå på arbejde”. En form for rugekasse, hvorfra firmaerne kommer styrket ud i den anden ende. Et fællesskab, hvor man deler nogle af basisudgifterne (receptionist, printer, mødelokaler). Det er vigtigt for denne målgruppe at have mulighed for et tilhørsforhold, og nogle rammer, hvor man ved en aktiv indsats får firmaet ”ud over stepperne” og bliver til et ”rigtigt firma”.

Virksomhedslederne

De har brug for viden/netværk/støttekroner til at holde virksomheden i gang. De har brug for jobcenteret til at få ansat folk. De har brug for en erhvervsvenlig kommune, når de vil udvide, flytte, bygge om, etc. Der er også potentiale for at skabe en platform, så der sker kompetenceudvikling mellem uddannelsessystemet og virksomhederne. Aktiviteterne kan være arrangementer om generationsskifte, ledelsesudvikling, mv.

¹ Se afsnit 3A for uddybning af indholdet i Basispakken

Målgruppernes samhørighed - Hvor er de på rejsen mod egen virksomhed?

MÅL	Tanken om iværksættteri	En god kommerciel ide	Start af egen virksomhed	En levedygtig virksomhed	Det ultimative mål: Vækst Arbejdspladser
Aha-opleveleren	⇒				
Tænkeren		⇒			
Entreprenøren			⇒		
Direktøren...				⇒	
Virksomhedslederen					⇒

Der er for hver af målgrupperne en række delmål, illustreret her med de farvede koloner. Det ultimative mål for hele indsatsen med iværksætterhus er, at vi skal have vækst og arbejdspladser. Nogle af målgrupperne vil være lidt længere tid om at komme helt derhen. For nogle målgrupper, vil et mindre delmål også være ok som endeligt mål.

Dette er drømmescenariet, og derfor hænger målgrupperne sammen i Ishøjs Iværksætterhus, fordi der skal være indsatser, der er dækkende for hele erhvervsfremmesystemet.

Fokuseret start

For at gøre Ishøjs Iværksætterhus operativt fra januar 2015, vælger vi at fokusere på tre målgrupper fra starten af. Disse målgrupper er:

- Tænkerne
- Entreprenørerne
- Direktøren for det hele

Vi vælger disse, fordi vi allerede har en god føling med deres ønsker og behov gennem den eksisterende iværksættervejledning. Der vil relativt hurtigt kunne skabes synlige resultater og aktiviteter for disse typer af iværksættere, og dermed kan dette første "trin" skabe platformen for at udbyde mere til de andre målgrupper.

3A. Indhold i iværksætterhuset

Supplement til eksisterende tilbud

Ishøj Kommune deltager i Iværksætterkontaktpunktet, et tværkommunalt samarbejde med Albertslund, Brøndby, Glostrup, Herlev, Hvidovre, Rødovre og Vallensbæk. Igennem Iværksætterkontaktpunktet (IVKP) køber kommunerne sig pr. 1. januar 2015 til iværksætterydelser gennem Væksthus Hovedstadens tilbud "Iværksætterhuset" (VHHR).

Målet er at opnå en højere kvalitet og bedre sammenhæng i erhvervsservicen og at nå ud til flere iværksættere.

I aftalen indgår følgende tilbud til iværksættere

- 16 startup møder (dvs. to årligt i Ishøj)
- 8 startupcafeer (dvs. et årligt i Ishøj)
- 2 startupkurser (til deling mellem de deltagende 8 kommuner).
- Personlig vejledning med en start-up konsulent

Vi kalder dette for "basispakken" i det efterfølgende.

Startupmøder: Dette er grundpulsens, og skal sikre, at information om opstart og andre tilbud kommer ud til så mange som muligt. Startupmødet omfatter typisk: en 360 grader introduktion til arbejdet som selvstændig, information om erhvervsfremmetilbud, og evt. en iværksætter, der fortæller om egne erfaringer. *Her tager man hen, når man tror, man godt vil være iværksætter, men lige har brug for at blive lidt klogere på en masse ting.*

Startupcafe: Cafeen er et tilbud om individuel rådgivning af en revisor, advokat, marketingrådgiver, coach, strategikonsulent og startupkonsulent til alle, der påtænker eller er startet op med egen virksomhed. Rådgiverne er i udgangspunktet lokale rådgivere. *Her tager man hen, når man ved, at man vil være iværksætter, man ved nogenlunde hvad ens forretningskoncept er, og man måske har et par spørgsmål om virksomhedsform, markedsføring og finansiering.*

Startupkurser. Over fire aftener med 4 timers undervisning bliver iværksætteren introduceret til vigtige emner i forhold til at starte og drive virksomhed. Brugerbetaling kr. 1000. *Her tager man hen, når man gerne vil være klogere på at drive virksomhed. Man får nogle gode redskaber, man kan bruge i sin egen virksomhed, og man lærer lidt om bogføring, markedsføring, forretningsmodeller osv.*

Personlig vejledning: Ishøj Kommune vil få udført 1:1 vejledning af iværksættere. Startupkonsulenten vil være i Ishøj Kommune et aftalt antal gange pr. måned og tager samtaler med iværksættere. *Man taget et møde med en start-up konsulent, når man har nogle meget individuelle spørgsmål og har brug for sparring helt på et konkret projekt. Nogle iværksættere kommer også før det er helt afklaret, så kan konsulenten hjælpe med, hvad man skal tage af kurser.*

Sammenhæng mellem eksisterende og nye tilbud

Det er hensigten, at holde så mange aktiviteter som muligt i Ishøjs Iværksætterhus, og ellers bruge andre større faciliteter i kommunen, eksempelvis mødelokalerne i Idrætscentret.

Indholdet i Ishøjs Iværksætterhus skal naturligvis ikke overlape med tilbud fra VHHR, men fylde de huller ud, der måtte være.

Der skal være et samspil mellem de eksisterende tilbud og det nye, som iværksætterhuset skal kunne tilbyde.

Med udgangspunkt i målgrupperne, er her et bud på, hvad man kunne forestille sig, disse vil efterspørge, og hvad de vil bruge af basispakken.

X = behov

(x) = behov i mindre størrelse, for nogle vil det give mening, for andre vil det ikke.

Indhold	Entreprenø- rerne	Tænker- ne	Aha- oplever- ne	Direktø- ren for det hele	Virksomhedslede- ren
”Basispakken”					
Start-up møde	x	x			
Start-up cafe	x	x		x	
Start-up kursus	x	(x)			
Andre workshops	x	(x)		x	
Start-up konsulent per- sonlig vejledning	x	(x)		x	
Væksthus Hovedstads- regionens tilbud til virk- somheder				x	x
”Overbygning” Ishøjs Iværksætterhus					
Var iværksætter vej for dig?			x		
Motivering, afklaring, strukturering	x	x	x		
Ide-fabrik og kommer- ciel tænkning	x	x	x		
Mentor ordning	x			x	X (ja, på et høje- re niveau)
Netværksfacilitering	x			x	X
Incubatormiljø - kontor- fællesskaber	(x)			x	
Personlig vejledning til at finde ud af, hvad de ”har brug for fra er- hvervsfremmesyste- met”. Eller en coachen- de samtale til at tage	(x)	x	x		

stilling til videre handling					
Erhvervsarrangementer til eksisterende virksomheder ”sådan ansætter du”, ”sådan eksporterer du”, sådan skaber du vækst” (osv.)				(x)	X
Mikrolån til iværksættere (specielt målrettet kontanthjælpsmodtagere)					

Hvordan skaber vi indholdet?

Ovenstående indhold skal uddybes nærmere i samarbejde med aktører og bruger af iværksætterhuset.

Vi skal hører de respektive målgrupper, hvad der vil være interessant for dem. Derfor vil vi holder en workshop og indbyder potentielle repræsentanter fra målgrupperne. Indledningsvist entreprenørerne og de mindre nystartede erhvervsdrivende. Målgruppen ”tænkerne” er uhåndgribelig og ikke til at indkalde, men skal inspireres til at bruge huset gennem markedsføring. Derefter kan samme øvelse ske med dem.

Kontinuerlig udvikling af aktiviteter

En række andre elementer kan tænkes ind i Ishøj Iværksætterhus, eksempelvis mikrolån. Ydelserne og tilbud skal udformes undervejs som iværksætterhuset udvikler sig, og vi lærer borgerne og brugernes behov at kende.

Kontakt med jobcenteret

Jobcenterets rolle skal afklares nærmere. Herunder særligt virksomhedskonsulenterne og et muligt samarbejde om at henvise interesserede borgere til iværksætterhuset og relevante arrangementer.

Inddragelse af lokale private rådgivere

Den lokale forankring er afgørende for iværksætterhusets succes. Derfor må Ishøj Kommunes tiltag ikke være konkurrenceforvridende i forhold til private aktører, og det må heller ikke blive opfattet sådan. Ofte går iværksættere til en lokal revisor eller advokat, når de har spørgsmål. Ved at inddrage disse private rådgivere, opnår vi lokal forankring ved at rådgiverne kan henvise til iværksætterhuset. Ofte vil rådgivere også se en egen interesse i dette samarbejde, i håbet om at der også kommer iværksættere ud til dem, når der er opgaver, der skal løses.

Det foreslås at indbyde lokale rådgivere til et ”informationsmøde” om Iværksætterhuset, hvor man via åben dialog får dem ind som medspillere, ved at spørge til, hvad de har lyst til at byde ind med, og hvordan de gerne ser et samarbejde og kommer med ideer.

3B. Rammerne

Det fysiske miljø for iværksætterhuset

Det er tanken at starte ud med basispakken, og herefter bygge ovenpå, i takt med at målgrupperne læres nærmere at kende.

Det er tanken, at Ishøjs iværksætterhus også er et fysisk sted for iværksættere. Ønsket er, at det er rammer, der kan indeholde følgende

- **Vejledningssamtaler** – både med startup konsulenten fra Væksthuset, og med den/de konsulenter, der tager sig af motivering og afklaring i iværksætterhuset. Dette foregår i dagtimerne.
- **Mindre gruppearrangementer og kurser.** Mindre grupper, eksempelvis 10-20 deltagere, skal kunne mødes i iværksætterhuset. Større arrangementer afholdes for eksempel i idrætscentret. Disse aktiviteter vil typisk foregå sen eftermiddag/tidlig aften (kl. 15-21)
- **Netværksmøder.** For at skabe klare budskaber om, hvad der sker i iværksætterhuset, er det godt med faste arrangementer på faste dage. Det kan være ”start-up netværk for unge” den 1. torsdag i måneden og ”netværksmøder for små virksomheder” hver den 1. fredag i måneden. Således fyldes iværksætterhuset med aktiviteter gradvist. Disse aktiviteter vil typisk foregå sen eftermiddag/tidlig aften (kl. 15-21)
- **Incubatormiljø.** Små etablerede virksomheders ejere kan føle brug for et sted at gå hen og ”gå på arbejde”. Dvs. de skal have skrivebordspladser, hvorfra de kan arbejde, og samtidig møde andre ligesindede. Indrettet med internet, printere, mødelokaler, osv.
- **Reception/fælles faciliteter.** Rammerne skal være i et levende miljø, som inspirerer til udvikling, innovation og arbejdsglæde. Der skal være adgang til forplejning. Der skal være en ”sjæl” i huset, så iværksættere har lyst til at komme der.

Beliggenhed

Planen er at overtage lejemål i Ishøj Bycenter, hvor politistationen ligger i dag. Lokalet vil være til overtagelse omkring marts/april 2015, og derfor planlægges med åbning maj 2015.

Øvrige forhold

Aktiviteterne i Ishøj Iværksætterhus er til Ishøj Kommunes borgere. Andre kommuners borgere kan købe sig ind til ydelserne mod betaling. Denne deltagerbetaling skal fastsættes nærmere.

Screening

For at komme ind i Ishøjs Iværksætterhus og benytte incubatormiljø, netværk og vejledning, vil der være en form for screening. Det er hensigten at sikre, at alle deltagere i huset er

- Motiverede
- Engagerede
- Har lyst til fællesskabet og at dele erfaringer og konstruktivt hjælpe hinanden videre
- Har et overblik over, hvilke aktiviteter, der passer til deres behov

Det kan tænkes, at der vil være to screenings – det første afstemmer, om personen passer til den ønskede profil (hertil skal udarbejdes en relevant spørgeramme). Den næste screening afklarer iværksætterens kompetenceplan.

Kompetenceplan

Der skal individuelt tales med alle, der ønsker at bruge Ishøjs Iværksætterhus, så deres behov identificeres og at man sammen sætter en plan for, hvilke aktiviteter, de skal deltage i.

Der vil ske en opfølgning ud fra aftalte tidsplaner. Der vil være opfølgning på iværksætteren, blandt andet gennem personlig kontakt og gennem database opfølgning.

Aktiviteter

Til at definere indholdet, skal vi trække på en række aktører inden for erhvervsfremmesystemet, blandt andet Væksthusene, der ved deres erfaringer fra Vækstfabrikkerne i Region Sjælland, har et indhold, der kan tilpasses til Ishøjs behov.

4. Markedsføring og åbning

Markedsføring

Iværksættere kommer ikke automatisk til Ishøjs Iværksætterhus. Der skal laves en aktiv, målrettet og proaktiv indsats for at tiltrække målgrupperne og de rigtige profiler. De eksisterende iværksættertilbud har ligeledes brug for at blive eksponeret meget kraftigere til lokalsamfundet.

Uden brugere, intet iværksætterhus. Derfor er markedsføringen en utrolig vigtig og central del af at starte og skabe iværksætterhuset. Opgaven skal varetages af den nye erhvervskonsulent og erhvervskontoret i samarbejde med relevante ressourcer i Ishøj Kommune.

Der skal udarbejdes en konkret markedsføringsplan, der tager højde for hver enkelt af målgrupperne.

Åbning 2015

Åbningen vil blive markeret med en særlig åbningsdag, hvor temaet ”Iværksætteri” vil være i fokus. Der forventes åbning i maj 2015.

5. Organisering

Organisering

Ishøjs Iværksætterhus er organisatorisk forankret internt i Ishøj Kommune. Der vil være en daglig ledelse, som står for at huset fungerer i forhold til afvikling af aktiviteter og forskellige administrative opgaver. Der vil være bemanning i Ishøjs Iværksætterhus, når det er relevant i forbindelse med aktiviteter. Dertil skal være en forankring hos erhvervskontoret, så der er et kontaktsted.

Der trækkes på øvrige relevante dele af Ishøj Kommunes regnskabssystemer, Rådhuservice, mv.

Ressourcer og organisation

Ressourcerne suppleres yderligere med freelance konsulenter, der kan løbe opgaven i gang, og som kan være med til at udforme indhold, kurser, etc. Det vil fra start være ideelt med flere profiler, der supplerer hinanden.

6. Succeskriterier og evaluering

Succeskriterier 2015

De aktiviteter, der sættes i gang i iværksætterhuset, skal forbedrer iværksætttermiljøet og ultimativt lede til vækst og arbejdspladser. Initiativerne skal supplere de aktiviteter, der i forvejen foregår fra det etablerede erhvervsfremmesystem, som også Ishøj Kommune er del af.

Mål: Øget opmærksomhed på iværksætterhuset og iværksætteres mulighed i Ishøj

Der skal gøre mere opmærksom på mulighederne, både selve iværksætterhuset og øvrige tilbud, så flere får lysten til at deltage. Dette skal ske gennem en øget markedsføring og annoncering.

Succeskriterier:

- Regelmæssige pressemeddelelser udsendt til lokalaviserne. Suppleret med annoncering i ”fælles annoncen”.
- Ishøj Kommunes hjemmeside opdateret løbende med aktiviteter. Der skal indgå personlige historier fra Ishøj borgere om deres oplevelser med at starte selvstændig virksomhed og med at deltage i erhvervsfremme tilbuddene.
- Tema indslag i TV-Ishøj, der formidler de gode tilbud.

Mål: Flere deltagere til undervisning og til personlig vejledning

Der har i gennemsnit deltaget ca. 15-18 Ishøj borgere på Iværksætterkontaktpunktets kurser og informationsaftener årligt de seneste fire år. Der har været henvendelser fra ca. 20-22 borgere årligt, der har modtaget personlig vejledning. Disse tal skal øges.

Succeskriterier:

- 50 Ishøj borgere benytter sig af en form for undervisning gennem Iværksætterkontaktpunktet og Ishøj Iværksætterhus.
- 30 borgere modtager personlig vejledning.

Mål: Høj tilfredshed

Der skal føres løbende evaluering af kundetilfredsheden med tilbud i Ishøjs Iværksætterhus

Succeskriterier:

- 80 % skal ønske at anbefale tilbud fra Ishøjs iværksætterhus.

Evaluering

Der vil blive foretaget en midtvejsevaluering i maj 2016, hvor erfaringer opsamles og drøftes med relevante aktører.

Evalueringsdesign udarbejdes, når indhold er nærmere defineret, men evalueringen vil indeholde både kvantitative og kvalitative elementer.

7. Budget

Ishøjs Iværksætterhus har et årligt budget på 1.200.000 kr.

Etableringsbudgettet vil indeholde udgifter til:

- Anskaffelse af kontormøbler og indretning
- IT udstyr
- Kopimaskiner, papir, etc.
- Flipovers, kontormateriale mv.
- Kick-off arrangement

Driftsbudget vil indeholde udgifter til blandt andet:

Administrative udgifter

- Husleje
- Rengøring, forsikringer mv.
- Forplejning

Tilbud og aktiviteter

- Vejledning
- Workshops
- Netværksfacilitering

Markedsføring

- Annoncering og formidling
- Rekruttering af brugere

Lønudgifter

- Forbundet med daglig drift og varetagelse af Iværksætterhuset

Nærmere budget vil blive udarbejdet inden for de givne rammer.