



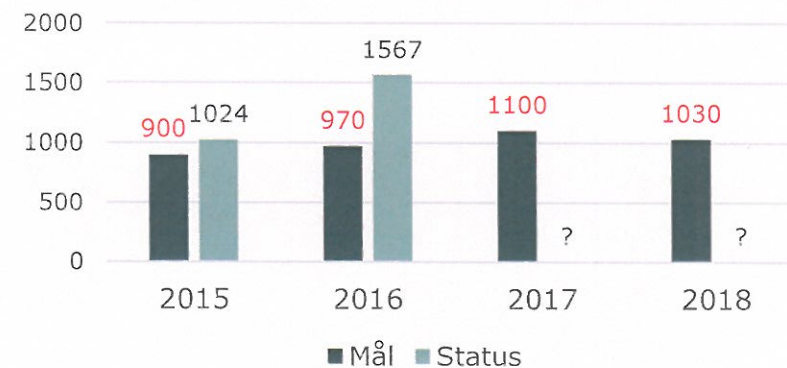
Servicebjerg af resultatkontrakter: Wonderful Copenhagen & Copenhagen Capacity

Copenhagen Capacity

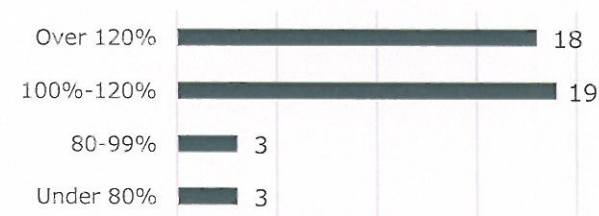
CopCaps overordnede performance 2015-2016

- > Den overordnede målsætning for CopCap er, at man i perioden 2015-2018 skal medvirke til at etablere og fastholde 4.000 jobs fordelt på:
 - > 3.450 jobs via investeringsfremme
 - > 550 jobs via talenttiltrækning
- > CopCap har i årene 2015 og 2016 overperformet ift. disse mål med hhv. 114 % og 162 %.
- > Ud af CopCaps 43 målsætninger i 2016 er 37 blevet indfriet. Alle væsentlige mål er dog indfriet og vi vurderer ingen af de 6 manglende målopfyldelser som kritiske.

Jobmål og status 2015-2018



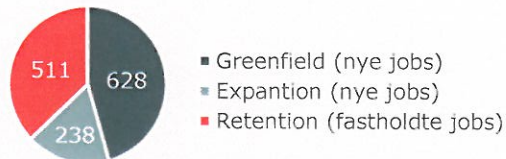
Indfrielse af 2016-mål



Status på to centrale områder i resultatkontrakten

Investeringsfremme

- > Indsatsen leverede i 2015 og 2016 hhv. 904 og 1377 jobs (mål: 750 og 800).
 - > Heraf tegnede 'Sourcing China'-indsatsen sig for 258 jobs i 2016.
 - > Fordelingen mellem de tre hovedformer for jobskabelse var i 2016:



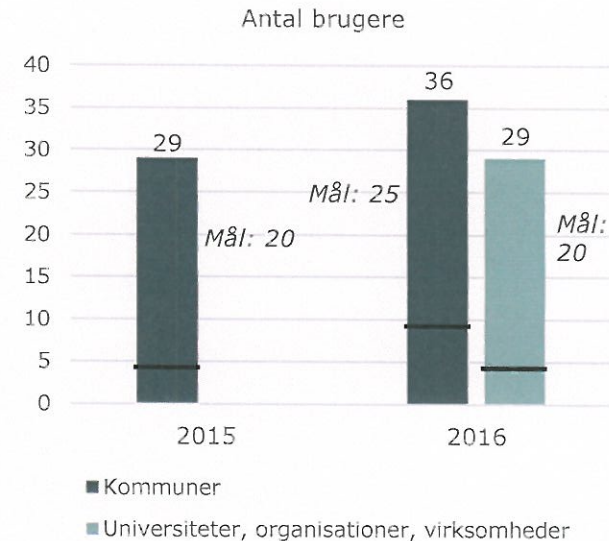
- > Målsætningen for 2015-18 om 750 nye leads er ved udgangen af 2016 opnået med 56 % (422).
- > Fremdrift for antal successager følger de planlagte milepæle og er aktuelt på 57 ud af det samlede mål på 130 for 2015-18 (44 %).
- > Allerede nu er 39 ud af målet om de 40 såkaldt 14 'videntunge' sager leveret.

Talentindsatsen

- > Talentindsatsen bidrog i 2015 og 2016 til hhv. 120 og 222 jobs (mål: 150 og 170) → en samlet målopnåelse på 107 %.
- > Talentindsatsens status på de to hovedområder:
 - > Tiltrækning: 151 jobs i 2016, fordelt på 3 indsats
 - > Fastholdelse: 71 jobs i 2016, fordelt på 6 indsats
- > Samarbejdet med erhvervslivet har været succesfuldt i 2016:
 - > CopCap samarbejdede med 99 virksomheder (måltal på 75)
 - > Bidraget fra virksomheder var på 346.000 kroner (måltal på 250.000)

CopCap og Greater Copenhagen

- > CopCap har overpræsteret på alle resultatkontraktens målsætninger ift. Greater Copenhagen:
 - > Antal brugere (se figur til højre)
 - > Kundetilfredshed: hhv. 87 % og 83 % i 2015/16 (mål: 70 og 80 %)
 - > Antal workshops og roadshows: 34 i 2016 (mål: 25).
- > Fælles for målsætningerne for aktiviteter ift Greater Copenhagen er dog, at de generelt retter sig mod regionale aktører ('push'-tilgang).
 - > Vi vurderer, at et øget fokus på international markedsføring (ift. midler og KPI'er) vil være hensigtsmæssigt: 1) fordi CopCap har en klar komparativ fordel ift. denne funktion; 2) fordi internationale succes'er i sig selv vil medvirke til at skabe et 'pull' ift. de danske aktører.
 - ❖ Ifølge *Dansk Industri* har CopCap netop ift. den udenlandsk rettede brandingindsats en unik rolle, som ingen andre i Danmark varetager, og som derfor med fordel kunne prioriteres.
- > Vi noterer os i øvrigt, at CopCaps målopgørelse ift. antal jobs også omfatter jobs i Region Sjælland, hvilket styrker integrationen af CopCaps indsats ift. hele Greater Copenhagen-området.



Input og anbefalinger I

1. Det bør overvejes, om der *både* skal være målsætninger for antallet af investeringsager (output) og antallet af jobs (effekt).
 - a. *På den ene side:* CopCap har en seriøs måde at opgøre jobskabelse/-fastholdelse, hvilket reelt overflødiggør et måltal for antallet af succesfulde sager. Incitamentet bør som udgangspunkt knytte sig til at optimere effekt (jobs) frem for output (sager).
 - b. *På den anden side* er jobtallet ikke nødvendigvis dækkende for den samlede værdiskabelse, da den langsigtede økonomiske værdi af en investering ikke afspejles helt i kortsigtet jobskabelse.
 - ❖ *Invest in Denmark* anbefaler at måle på 'værdien' af en investeringsager ud fra flere parametre om f.eks. virksomhedens indflydelse i koncernen, R&D-grad, størrelse (antal jobs), synergi med regionale styrkepositioner m.fl. Denne mere nuancerede tilgang kræver dog forståelse på politisk niveau.
2. Resultatkontraktens mål styrer CopCaps incitamentstrukturer. Derfor bør det overvejes at inkludere målsætninger for centrale, værdiskabende aktiviteter i investeringsfremme og talenttiltrækning:
 - a. Digitale talentkampagner og digital selvbetjening for investorer bliver en stadig vigtigere del af CopCaps arbejde. Digital trafik måles, men der er ingen mål for 'exposure' og konvertering til jobs/investeringer, hvilket underminerer incitamentet til at bruge ressourcer på en ellers ressourceeffektiv tiltrækningsindsats.
 - ❖ *Væksthus Sjælland* ser i forlængelse heraf netop et potentiale i, at CopCap øger sit fokus på tiltrækning af start-ups via kampagner og/eller arrangementer.

Input og anbefalinger II

2. Resultatkontraktens mål... (fortsat)

- b. CopCap servicerer også virksomheder, der allerede har truffet beslutning om at etablere sig i Danmark. Eftersom CopCap ikke har bidraget til selve beslutningen om investering, indgår disse jobs ikke i CopCaps målopnåelse, hvilket hæmmer incitamentet for at bruge tid på denne aktivitet- såfremt man fortsat ønsker, at CopCap skal varetage denne service .
- c. På længere sigt er CopCaps bidrag til at matche udenlandske studerende med praktik og studiejobs i danske virksomheder en vigtig del af talenttiltrækningen. Også her kunne der med fordel være en målsætning.

3. Mens nye KPI'er kan overvejes, kan der med fordel reduceres i andre målsætninger.

- a. F.eks. 'tilfredshed', der som regel ultimativt kan måles i investeringer, involvering, tilflytning m.v.
- b. Målsætningen for One-Point-Entry om antal screeninger af henvendelser er også overflødiggjort, idet Københavns Kommune leverer så mange henvendelser, at der ikke er behov for en aktiv indsats fra CopCap.

4. Der er behov for en tydeligere arbejdsdeling med de to væksthuse i Greater Copenhagen.

- ❖ *Både **Væksthus Hovedstadsregionen (VHHR)** og **Væksthus Sjælland (VHSJ)** tilkendegiver, at samarbejdet om talenttiltrækning og kapitaltiltrækning endnu er umodent. VHHR ser desuden et behov for en endnu tydeligere arbejdsdeling ift. erhvervsfremme-indsatser.*

Input og anbefalinger III

5. Talentindsatsen hviler på vilkår, der underminerer dens kontinuitet og sammenhæng. Indsatsen er i høj grad finansieret via socialfondsmidler til projektet 'Vækst gennem udenlandske højtuddannede'.
 - a. Denne 'projekt-tilgang' vanskeliggør et kontinuerligt samarbejde med virksomhederne, hvilket efterspørges i erhvervet. Det bør derfor overvejes, om der kan skabes en mere kontinuerlig indsats via REM-midler. REM-midler vil også i højere grad kunne anvendes til at involvere store virksomheder, som spiller en væsentlig rolle i tiltrækningen af talent.
 - b. Samtidig bør det overvejes at reducere antallet af talentindsatser fra de nuværende 9, hvilket er i tråd med erhvervets ønske om en mere forenklet og strømlinet indsats.
 - ❖ *På baggrund af input fra sine medlemmer ser Dansk Industri gerne, at talentindsatsen strømlines og gøres mere kontinuerlig, så det er lettere for virksomhederne at overskue tilbuddene.*
6. Målene for CopCaps One-Point Entry bør generelt fokusere mere på udbytte end aktiviteter.
 - a. Tilgangen til udenlandske delegationer har hidtil fokuseret på udbredelse i Greater Copenhagen ("antal kommuner, der modtager besøg"). Dette efterlader færre ressourcer til at fokusere på besøg, der vurderes at have størst kommerciel værdi. Vi anbefaler derfor at øge målsætningerne for hhv. VIP-besøg og "virksomheder, der får konkret udbytte".

Copenhagen Capacity's resultatkontrakt 2015-2017

Evalueringens genstandsfelt og formål

- > Denne evaluering omfatter resultatkontrakten mellem Region Hovedstaden og Copenhagen Capacity for 2015-2017.
- > Målopnåelsen opgøres dog alene for CopCaps resultater i 2015 og 2016
- > Evalueringen skal danne grundlag for Regionsrådets stillingtagen til forlængelse af resultatkontrakten med 12 måneder til udgangen af 2018.

Evalueringens datagrundlag

- > Evalueringen bygger på følgende datakilder:
 - > CopCaps egne opgørelser af fremdrift og resultatskabelse
 - > Interview med nøglepersoner i CopCap
 - > Interview med centrale samarbejdspartnere
- > Metoderne for CopCaps opgørelser af resultater er undersøgt nærmere, men der er ikke foretaget egentlig validering af tallene.

Interviewpersoner

Følgende er interviewet hos CopCap:

- > Nikolaj Lubanski, direktør for talenttiltrækning
- > Rune Rasmussen, udviklingsdirektør
- > Louise Juhl, markedstingsdirektør
- > Marianna Lubanski, investeringsfremmedirektør
- > Klaus Rovsing, analysechef
- > Ronja Torfing, research manager
- > *Interview var også aftalt med Thomas Hammer-Jakobsen (CHC), men blev aflyst*

Følgende eksterne partnere er interviewet:

- > Linda Wendelboe, chef for DI Global Talent
- > Steen Hommel, direktør IDK
- > Thomas Christensen, kommerciel direktør IDK
- > Liselotte Stokholm, direktør Væksthus Hovedstaden
- > Mads Váczy Kragh, direktør Væksthus Sjælland
- > *Interview er derudover forsøgt aftalt med Stefan Johansen, Managing Director Invest in Skåne i løbet af dataindsamlingen men uden held*