

# Hub Norths strategi 2016-2018

## Baggrund

Vindmøllebranchen er en global industri med aktiviteter spredt over det meste af verden. Offshore-vindmøllerparker har dog hidtil været koncentreret omkring Nordeuropa. Branchen er kendetegnet ved at være støttet af statslige midler og har derfor en udfordring i at blive konkurrencedygtig med fossile energikilder. Danmark er bredt anerkendt som verdens førende, når det kommer til know-how om vindmøller. Industrien er primært placeret i Jylland, hvor alle led i værdikæden er repræsenteret. I Nordjylland er der således også en lang række underleverandører repræsenteret.

Hub North (HN) har i skrivende stund over 230 medlemmer, hvoraf langt størstedelen er Nordjyske. HN er ét netværk blandt flere, der alle servicere deres medlemmer på forskellig vis. Nogle er 100 % privat finansieret, andre primært offentlige, og endelig har nogle blandet finansiering. Der synes ikke at være en stor daglig konkurrence mellem netværkene, selvom den helt sikkert eksisterer, og det er netværkenes forskellige udgangspunkter, der gør, at der er et begrænset overlap. Der synes således at være en grad af harmoni mellem netværkene, selvom tendensen går mod, at der skal skabes synergier på tværs med henblik på at reducere antallet af offentligt støttede netværk.

Som følge af HN's rolle som primært offentligt finansieret netværk arbejders der ud fra politiske rammer både regionalt (Region Nordjylland) og kommunalt (BusinessAalborg), dog stadig med fokus på at servicere private virksomheder. Det er ofte en hårfin balance mellem det politiske og private, når det kommer til servicering af virksomhederne, hvilket både giver fordele og ulemper, når det kommer til udviklingen af HN. Seneste initiativ fra Region Nordjylland går ud på at samle de nordjyske satsninger inden for energi for på den måde at udnytte de synergier, der er på tværs af initiativerne. Denne nye satsning er sat i gang fra januar 2016 og har betydning i forhold til for HN's strategi rent organisatorisk. Serviceringen af virksomhederne og det erhvervsrettede fokus fortsætter som hidtil.

Empiridelen er meget omfattende samt operationel, og den er bl.a. baseret på flere rapporter om HN. Blandt disse rapporter er **Cluster Management Excellence**. Denne rapport peger på to indsatsområder: Finansiering af netværket samt skræddersyede serviceydelser til medlemmerne. Det er en udfordring for netværket, at der kun er én finansieringskilde, og at den har kort løbetid. Der bør udvikles serviceydelser til medlemmerne inden for flere områder.

Slutevalueringen (gennemført af **Oxford Research**) peger på mange positive resultater. Rapporten anviser følgende perspektiver samt anbefalinger:

Der er behov for at øge det nationale samarbejde på tværs af regioner og relevante aktører.

1. HN har et solidt analysegrundlag at arbejde videre med.
2. Endnu større fokus på matchmaking og opbyggelse af et klyngefælleskab.

Der er endvidere gennemført en omfattende indsamling af data hos medlemmerne. Efterfølgende er der gennemført en strategi-workshopdag (gennemført af **Business Institute**) for medlemmerne. Fra denne spændende dag er konklusionerne følgende (i prioriteret rækkefølge):

1. Nærheden til medlemmerne er meget væsentlig. Kontakt både mail, telefon samt fysisk besøg med en fornuftig frekvens er central.
2. B2B-møder er en aktivitet, HN bør udvikle.
3. Uddannelse (kompetenceløft) er meget centralt og ønskes videreudviklet.
4. Kommunikation er positiv og udvikles yderligere.
5. HN skal både samarbejde og konkurrere. Det bør gennemføres således, at handling giver mest muligt for medlemmerne.
6. Konferencen er positiv og fortsættes.
7. Netværksmøder er positive og fortsættes.
8. Lobby på det lokale niveau fortsættes.

Andet:

1. Det er fortsat som udgangspunkt gratis at være medlem af HN.
2. Lobbyisme på det nationale niveau neddrøses (eller stoppes).

Analyseres der på, om HN er et markedsdrevet eller et politisk drevet netværk, ses det tydeligt, at HN er et politisk drevet netværk. Der er et ønske, fra politisk side, om at fastholde tilknytningen til HN. Dette betyder, at HN ikke bliver et ret markedsdrevet netværk. Yderligere er det et ønske fra sponsors side, at der i stigende grad skabes ”hårde resultater” i form af projektsamarbejde.

## **Konkret strategi**

Baseret på konklusionen fokuserer vi i Hub North på 3 indsatsområder i perioden 2016-2018.

1. Nærhed til medlemmerne er et centralt element.
2. Samarbejde.
3. Matchmaking.

# Visualisering af strategi

## Hub North strategi

Vision

At skabe vækst i den Nordjyske vindmøllebranche

Mission

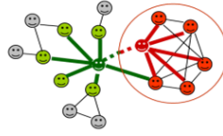
At styrke, synliggøre forene samt udvikle den Nordjyske vindmølleindustri's interesser

Fokusområder

Nærhed



Samarbejde



Match making



Kerneaktiviteter

- 1) Dialog med medlemmerne
- 2) Kommunikation
- 3) Synergi
- 4) Forretningsudvikling

- 1) I klyngen
- 2) På tværs af regioner/lande
- 3) Energi i Nordjylland
- 4) Samarbejde/konkurrence

- 1) B2B
- 2) 1 : 1
- 3) På tværs af regioner/lande

Tilbud

Netværk og arrangementer , konference, videndeling, kompetenceudvikling, forretningsudvikling

Værdier

Vi er til for medlemmerne og søger samarbejde med virksomhederne

Vi fokuserer på værdiskabelse  
Vi er åbne og nysgerrige

Vi er udadvendte og proaktive