



Samhällsanalys
2024-06-12

Utvärdering av miljö- och regionutvecklingsnämndens verksamhetsbidrag till Venture Cup

Datum: 2024-06-12

Dokumentnamn: Venture Cup – Utvärdering av miljö- och regionutvecklingsnämndens verksamhetsbidrag till Venture Cup

Diarienummer: MRU 2024-00066

Kontaktperson: Åsa Rydin Svenberg, avdelning samhällsanalys

Telefon: 070-394 09 20

E-post: asa.rydin@vgregion.se

Innehåll

Innehåll.....	2
Sammanfattning.....	4
1. Utvärderingen.....	6
1.1 Bakgrund.....	6
1.2 Syfte och frågeställningar.....	6
1.3 Urval och tillvägagångssätt.....	7
1.4 Utvärderingsrapportens upplägg.....	8
2. Affärsutvecklingstävlingar i Västra Götaland.....	9
3. Venture Cup.....	11
3.1 Mål.....	12
3.2 Organisation och finansiering.....	12
4. Genomförande.....	14
4.1 Välorganiserade event riktade till en bred målgrupp.....	14
4.2 Samverkan med akademi och externa aktörer centralt för genomförandet.....	15
4.3 Regional spridning en del av verksamheten.....	18
5. Resultat och måluppfyllelse.....	19
5.1 Varierande indikatorutfall och vissa oklarheter i rapporteringen.....	19
5.2 Utmaning att identifiera konkreta resultat.....	22
5.3 Synlighet och pitchträning tydliga mervärden.....	22
5.4 Viss oenighet kring tävling som metod och Venture Cups roll i det regionala stödsystemet.....	23
6. Analys och reflektioner.....	25

6.1 Oklarheter i rapporteringen försvårar bedömning av måluppfyllelse	25
6.2 Ett tydligt mervärde för samarbetspartners och deltagare, undantaget akademien.....	26
6.3 Ett starkt varumärke som möjliggör synlighet och kompetensutveckling	27
7. Rekommendationer	28
Referenser.....	29
Bilaga 1: Intervjuformulär	31
Tabell 1: Indikatorer och utfall 2018-2023	20

Sammanfattning

Venture Cup är en affärsutvecklingstävling som syftar till att stimulera skapandet av nya företag och att öka intresset för entreprenörskap. Venture Cup har beviljats verksamhetsbidrag från regionutvecklingsnämnden (RUN) – numera miljö- och regionutvecklingsnämnden (MRU) sedan 2009. Dessförinnan var stödet i form av projektbidrag som sträcker sig tillbaka till Västra Götalandsregionens bildande 1999.

Föreliggande utvärdering ger en överskådlig bild av Venture Cups genomförande och resultat kopplat till uppsatta mål i MRU:s beslut. Det huvudsakliga syftet är att undersöka det upplevda mervärdet hos samarbetspartners och deltagare. Utvärderingen baseras på intervjuer med samarbetspartners och personer som deltagit i Venture Cup under 2023.

Oklarheter i rapportering försvårar bedömning av måluppfyllelse

Vid genomgång av rapporteringen syns att en mängd aktiviteter har organiserats och genomförts inom ramen för Venture Cup, koncentrerat till Göteborg men även lokaliserat till andra platser i Västra Götaland. Indikatorutfallet varierar stort mellan åren, men de bakomliggande orsakerna är oklara, liksom på vilket sätt genomförandet kan kopplas till resultaten.

Ett tydligt mervärde för samarbetspartners och deltagare, undantaget akademien

De externa samarbetspartnerna ser ett tydligt mervärde av Venture Cup, då deras medverkan vid tävlingarna ger dem möjlighet att synas och attrahera nya kunder. Deltagarna sätter stort värde på att via tävlingen få övning i presentationsteknik samt att få feedback från juryn och utökade nätverk. Dock har det upplevda mervärdet av Venture Cup successivt minskat hos Chalmers och Göteborgs universitet. Chalmers har beslutat att dra sig ur som formell samarbetspartner och finansiär från och med 2025 och Göteborgs universitet ska ta ställning till detsamma under året.

Ett starkt varumärke som möjliggör synlighet och kompetensutveckling

En generell synpunkt är att Venture Cup är ett välkänt varumärke, vilket ger finalisterna goda förutsättningar att uppmärksammas i ett vidare sammanhang. Både samarbetspartners och tidigare deltagare ger flertalet exempel på detta, liksom på företag som tidigare tävlat i Venture Cup och som i ett senare skede nått framgång på ett internationellt plan.

En möjlig väg att gå om relationerna med lärosätena försvagas är att stärka kopplingarna mellan Venture Cup och inkubatormiljöerna.

Respondenterna från Innovatum Science Park och Science Park Skövde lyfter fram tävlingen som ett värdefullt kompetenshöjande moment och uppmanar sina entreprenörer inom inkubatorn att ansöka. Att diskutera möjliga vägar för att erbjuda kompetensutveckling för entreprenörer blir än viktigare om utbildningen *Affärsutveckling för tillväxtföretag* behöver avvecklas. Då denna bedrivs i samarbete med Göteborgs universitet och Chalmers är den avhängig deras beslut om fortsatt stöd.

Rekommendationer som bör beaktas inför beslut om 2025 års verksamhetsbidrag till Venture Cup.

Se över mätetal och uppföljningsrutiner. En genomgång och prioritering av befintliga indikatorer, utifrån vad som är möjligt och användbart att mäta, hade underlättat såväl rapportering som tolkning av resultat och måluppfyllelse. Kommande redovisningar bör innehålla mer utförliga beskrivningar av vad som ingår i utfallen, hur dessa beräknats och vad eventuella fluktuationer eller avvikelser beror på. Vidare behövs en systematik i uppföljningar av deltagares erfarenheter och hur resultaten av uppföljningarna tas om hand.

Diskutera och klargör den framtida finansieringsbilden utifrån ett mer långsiktigt perspektiv. Rapporteringen visar att bidragen från akademien minskat, medan finansieringen från privata aktörer ökat. Påverkar detta ambitionen från VGR och stödet från MRU? Finansiering och budget behöver tydligare sättas i relation till verksamhetens ambitioner och målsättningar. Hur planerar Venture Cup hantera ett potentiellt uteblivet stöd från akademien? Vad kommer det att innebära för det framtida genomförandet?

Ta ställning till vikten av koppling till akademien. Mot bakgrund av att Chalmers beslutat att dra sig ur det formella samarbetet med Venture Cup och att Göteborgs universitet eventuellt gör detsamma, behöver VGR ta ställning till om MRU:s bidrag ska vara avhängigt kopplingen till akademien. Därtill är det viktigt att vi som finansiär är tydliga med vad vi förväntar oss.

Diskutera möjligheterna med att tydligare knyta Venture Cup till inkubatorerna i Västra Götaland. Hur kan kompetensutveckling av nuvarande/framtida entreprenörer stötts om utbildningen tillsammans med Göteborgs universitet och Chalmers upphör? En starkare anknytning till inkubatormiljöerna skulle möjligen underlätta arbetet med den regionala spridningen och medföra att Venture Cup får en tydligare och mer befäst roll i det regionala stödsystemet.

1. Utvärderingen

1.1 Bakgrund

Venture Cup har beviljats verksamhetsbidrag från regionutvecklingsnämnden (RUN) – numera miljö- och regionutvecklingsnämnden (MRU) sedan 2009. Dessförinnan var stödet i form av projektbidrag som sträcker sig tillbaka till Västra Götalandsregionens bildande 1999. En samlad utvärdering av de affärsutvecklingstävlingar som medfinansierades av RUN – däribland Venture cup – genomfördes 2019.¹ Det huvudsakliga resultatet från den utvärderingen var att det inte var vinsten som utgjorde belöningen för deltagarna, utan snarare tävlingsprocessen i sig och de kunskaphöjande insatser och nätverkande som den erbjöd. Ett viktigt perspektiv i den utvärderingen var just tävlingens mervärde och betydelse för deltagarna. I verksamhetsrapporterna och vid intervjun med VD:n beskrevs att de gjorde återkommande deltagarundersökningar. Dock framgick inte resultatet av dessa i någon av redovisningarna och trots upprepade förfrågningar under flera månader vid tiden för utvärderingen skickades endast en ofullständig sammanställning av enkätsvar från 2017 in. Detta medförde att deltagarperspektivet saknades och så även en betydande del av resultatredovisningen. I föreliggande utvärdering finns därmed ett särskilt fokus på tidigare deltagares erfarenheter.

1.2 Syfte och frågeställningar

Utvärderingen ger en överskådlig bild av Venture Cups genomförande och resultat kopplat till uppsatta mål i MRU:s beslut. Det huvudsakliga syftet är att undersöka vilket mervärde samarbetsparters och deltagare upplever av tävlingsprocessen. Utvärderingen utgår ifrån följande frågeställningar:

- Hur sker genomförandet i relation till beslutade mål och måltal?
- Har insatsen skapat resultat och effekter som bidrar till ett ökat entreprenörskap i enlighet med prioriteringen Stärka innovationskraften i den regionala utvecklingsstrategin (specifikt insatsområdet Främja entreprenörskap och företagande)?
- Hur ser målgrupperna ut och på vilket sätt har de involverats? Hur och i vilken omfattning når satsningen ut till prioriterade målgrupper?
- Hur upplevs organisationen fungera? Har 2021 års omorganisation där Venture Cup Väst slogs ihop med Venture Cup Sverige påverkat

¹ Samhällsanalys, 2019:16

genomförandet? Hur säkras kopplingen till Västsverige samt kompetens och bemanning?

- Utgör tävlingar med tillhörande inspirations- och lärprocesser en bra metod för att främja entreprenörskap? I vilket grad är tävlingsprocessen avgörande för företagens utveckling? Vad har Venture cup skapat för mervärde för deltagarna i ett längre perspektiv?
- Vad ser andra relevanta parter i stödsystemet för mervärde av Venture Cup? På vilket sätt kompletterar Venture Cup deras verksamhet och bidrar till det regionala stödsystemet för att främja entreprenörskap?

1.3 Urval och tillvägagångssätt

Utvärderingen baseras huvudsakligen på intervjuer med samarbetspartners och företag/entreprenörer som deltagit i Venture Cup under 2023. Intervju har även gjorts med VD och tävlingsansvarig på Venture Cup. Övrigt material består av inskickade rapporter kopplat till verksamhetsbidraget samt tidigare genomförda kartläggningar och utvärderingar.

Kontaktuppgifter till samarbetspartners och namn på deltagande företag har tillhandahållits av tävlingsansvarig på Venture Cup. Antal partners där formaliserad samverkan sker uppgick enligt materialet till nio aktörer.

Intervjuer genomfördes med sju av dessa, en person återkom inte och en valde att inte delta. Listan över deltagare i tävlingarna IDEA och STARTUP innehöll namn på 151 företag/idéer samt namn på deltagare.

Kontaktuppgifter till deltagarna kunde inte lämnas ut av Venture Cup med hänvisning till GDPR. Kontaktuppgifterna behövde därför sökas fram via hemsidor, LinkedIn och Västra Götalandsregionens system för handläggning av företagsstöd. Därigenom minskade listan från 151 till 34 potentiella respondenter, varav 11 ställde upp på intervju, två avböjde och 21 inte svarade på förfrågan. Av de 11 intervjuade deltagarna gick fem vidare till final i sin kategori.

Då tävlingarna riktar sig till företag som befinner sig i tidigt skede, i synnerhet IDEA, är det troligt att flera av idéerna inte utmynnats i ett företag alternativt vidareutvecklats och bildat företag i ett annat namn. Därigenom är det svårt att hitta mer information om dessa enbart via namn på idé/företag och entreprenör. Urvalet av respondenter bedöms ändå ge en bred bild av deltagarnas upplevelser, då det både består av individer som vunnit pris i sin kategori och personer som inte gått vidare i tävlingen. De intervjuade entreprenörernas tävlingsbidrag är dessutom av varierande

karaktär, vilket också visat sig ha betydelse för hur de upplevt tävlingsmomenten.

Sammantaget är det tio av 76 deltagande företag i tävlingen Startup som erhållit någon form av företagsstöd från VGR, varav sex av dem har beviljats stöd i flera omgångar. Tretton av företagen är eller har tidigare varit knutna till någon av inkubatorerna i Västra Götaland. Samtliga företag som intervjuats anger att de är eller har varit verksamma i en inkubatormiljö – mest frekvent är koppling till Chalmers Ventures. Andra inkubatorer och science parks som nämns är: Johanneberg Science Park, Södertälje Science Park, SmiLe incubator, Sahlgrenska Science Park och Science Park Jönköping.

1.4 Utvärderingsrapportens upplägg

Rapporten inleds med en översiktlig redogörelse för befintliga affärsutvecklingstävlingar i Västsverige. Därefter följer en beskrivning av Venture Cups verksamhet, målgrupp och finansiering. Nästa kapitel fokuserar på genomförandet och mer ingående kring upplevelser av tävlingsprocess, samverkan och regional spridning. Därefter följer en redogörelse för resultat och effekter – med tyngdpunkten på erfarenheter och upplevda mervärden från samarbetspartners och tidigare deltagare. Rapporten avslutas med författarens reflektioner och rekommendationer inför beslut om fortsatt finansiering.

2. Affärsutvecklingstävlingar i Västra Götaland

Nedan följer en översiktlig beskrivning av affärsutvecklingstävlingar som arrangeras i Västra Götaland.

Förebildsjakten bedrivs årligen av Förebildarna, där unga lokala förebilder uppmärksammas. Ett moment är tävlingen Årets Förebild där en jury utser vinnare i tre kategorier: Samhällsentreprenör, Lokal verkan och Ung till Ung.²

Årets Företagare arrangeras av Företagarna för att synliggöra entreprenörer som på ett hållbart sätt bidrar till samhällsutveckling. Priset delas ut på kommunal nivå och därefter utses en vinnare från Västra Götaland som får tävla på nationell nivå. Därtill anordnas Årets Unga Företagare som riktar sig till personer under 35 år.³

Innovatum Science Park Award är Innovatums eget pris inom Venture Cup. Vinnaren får 10 000 kronor och erbjudande om att antas till inkubatorn.⁴

NEST – New Entrepreneurship for a Sustainable Textile industry – inom Inkubatorn i Borås anordnar en pitchtävling riktad till entreprenörer som vill bidra till att göra textil- och modeindustrin mer hållbar. Vinnaren får ett stipendium på 75 000 kronor från branschorganisationen TEKÖ.⁵

Health Tech Award arrangeras av Sahlgrenska Science Park. Syftet är att lyfta fram företag som erbjuder lösningar inom health tech. Därtill anordnar Sahlgrenska Science Park tävlingen Arvid Carlsson Award som riktar sig till entreprenörer inom life science.⁶

Creative Business Cup Sweden arrangeras av Brewhouse och är en pitchtävling för företagare inom de kreativa näringarna. Det vinnande startupbolaget får rådgivning värt 100 000 kronor och en plats i den internationella finalen.⁷

Founders Challenge är en idétävling som årligen anordnas av Founders Loft. Fokus är på de globala målen och affärsidéer som bidrar till

² Förebildarna.se

³ Foretagarna.se

⁴ Innovatumsciencepark.se

⁵ Boras-ink.se

⁶ Sahlgrenskasciencepark.se

⁷ Brewhouseinkubator.se

att förbättra klimatet. Vinnaren får bland annat ett års fri inkubationsprocess hos Founders Loft, rådgivning och kurspaket.⁸

SEB Next Awards är en årlig tävling i tre kategorier som syftar till att främja hållbart entreprenörskap. Kategorin New Ideas riktar sig till entreprenörer med idéer som bidrar till hållbarhet. Inom Transformation söker de företag som gjort förändringar som inneburit mätbara effekter mot ett mer hållbart samhälle. I kategorin Community uppmärksammas de företag som gjort en betydelsefull skillnad i samhället och bidragit till ökad social eller miljömässig hållbarhet.⁹

Årets Nybyggare är ett pris som delas ut av Stiftelsen IFS (Internationella Företagare i Sverige) med syftet att synliggöra framgångsrika entreprenörer med utländsk bakgrund. Priset delas ut årligen och genomförs både på regional och nationell nivå.¹⁰

Göteborgs Companipris på 50 000 kronor delas ut av Näringslivsgruppen, Göteborg & Co. Utmärkelsen har funnits sedan 1994 för att uppmärksamma framgångsrika små och medelstora företag som bidrar till utvecklingen av Göteborgsregionens näringsliv.¹¹

EY Entrepreneur Of The Year arrangeras årligen i syfte att synliggöra framgångsrika företagare och inspirera till ökat entreprenörskap. Priset delas ut på regional nivå där vinnarna går vidare till den nationella finalen i Stockholm. Den entreprenör som tar hem det nationella priset får representera Sverige i den internationella tävlingen och titeln World Entrepreneur Of The Year.¹²

SKAPA-priset syftar till att stötta uppfinnare i att utveckla sina idéer och delas ut av stiftelsen SKAPA, vars grundare är Stockholmsmässan och Svenska Uppfinnareföreningen. Tävlingsbidragen bedöms utifrån kreativitet och utvecklade produkter eller tjänster med potential att kommersialiseras. Priset delas först ut på länsnivå, där alla länsvinnare får 10 000 kronor, därefter nationellt. SKAPA arrangerar även tävlingen SKAPA talang, där pris delas ut till framgångsrika innovatörer under 30 år i syfte att ge dem möjligheter att förverkliga sina idéer. Även detta pris arrangeras på länsnivå där vinnarna går vidare till en nationell final.¹³

⁸ Foundersloft.se

⁹ seb.se/foretag/foretagsevent/nextawards

¹⁰ aretsnybyggare.se

¹¹ goteborgco.se/naringslivsgruppen/goteborgs-companipris/

¹² ey.com/sv_se/eoy

¹³ stiftelsenskapa.se/

3. Venture Cup

Venture Cup är en affärsutvecklingstävling som syftar till att stimulera skapandet av nya företag och att öka intresset för entreprenörskap. Därutöver ska tävlingen utgöra en plattform för nätverkande, inspiration och kompetensutveckling.

IDEA

Venture Cup IDEA är en tävling för idéer i tidigt skede, riktad till entreprenörer som ”vill ta sin affärsidé till nästa nivå”. Enligt Venture Cups hemsida erbjuds deltagarna i IDEA feedback, marknadsföringsmöjligheter och tillgång till ett stort nätverk med representanter från näringslivet. Fem vinnare från varje region¹⁴ kvalificerar sig till Venture Cups årliga Topp20-lista och uppmärksammas därigenom ytterligare på ett nationellt så kallat Topp20-event. Tävligen är öppen för alla idéer där omsättningen understiger 100 000 kronor per år. Tävlingsbidragen bedöms utifrån kriterierna trovärdighet, idé och skalbarhet.

STARTUP

Tävlingen Startup riktar sig till företag i tidiga skeden med ”verifierade och skalbara affärsidéer med tillväxtpotential”. Tävlingsbidragen bedöms av en jury utifrån kriterierna: affärsidé, team, skalbarhet och trovärdighet. Vinnande bidrag från alla tre regioner utses i kategorierna *Impact Maker*, *Game Changer*, *Beyond Academic* och *Best Traction*. Vinnarna tävlar därefter i Sverigefinalen om titeln *Startup of the year*. Evenemanget har finansierats med projektmedel av MRU (och tidigare av RUN) 2012, 2016, 2019 och 2023 med 200 000 kronor per projekt – motsvarande ca en tredjedel av den totala budgeten.

Innovationskraft

Innovationskraft startade 2021 och är en tävling för små och medelstora företag som ser behov av att vidareutveckla sin befintliga verksamhet. Ambitionen är att nå företagare som befinner sig i ett senare skede än den ordinarie målgruppen bestående av tidiga startups. Tävlingsbidragen utgörs av innovativa idéer/lösningar som kan leda till nya möjligheter för företaget och/eller nytta ur ett hållbarhetsperspektiv. De tävlande erbjuds feedback för ökad konkurrenskraft, nätverksbyggande och prispengar. Ansökan är öppen för alla typer av idéer och verksamheter förutsatt att företaget har ett organisationsnummer.¹⁵

¹⁴ Region Öst: Dalarna, Gävleborg, Örebro, Västmanland, Uppsala, Stockholm, Sörmland, Östergötland och Gotland. Region Syd: Skåne, Kronoberg, Kalmar och Blekinge. Region Väst: Värmland, Västra Götaland, Jönköping och Halland.

¹⁵ venturecup.se

3.1 Mål

I beslut om MRU:s verksamhetsbidrag till Venture Cup inför 2025 är målen att:

- Öka antalet tävlingsbidrag från alla delar av Västra Götaland.
- Knyta nya samarbeten med regionala lärosäten och aktörer från näringslivet.
- Öka antalet kvinnliga deltagare.¹⁶

Liknande formuleringar fanns med i målen för 2024. Övergripande handlade de om att arbeta för en ökad jämställdhet, hållbarhetsintegrering, förbättrad geografisk spridning och utökade samarbeten med akademi (särskilt nämns högskolorna i Skövde, Jönköping och Halmstad) och näringslivsaktörer.¹⁷

Inför 2023 och tidigare var målen inte lika utförligt beskrivna i verksamhetsrapporterna. Då fanns mål om att öka antalet tävlingsbidrag och att tillhandahålla en effektiv organisation. Även tidigare var ett prioriterat mål att knyta till sig fler regionala lärosäten som partners samt att upprätta nya partnerskap med aktörer från näringslivet.¹⁸ För verksamhetsåret 2020 fanns ett mål om att öka antalet anställda i organisationen för att kunna ha en högre regional fysisk närvaro på orterna utanför Göteborg.¹⁹

Historiskt har målgruppen varit studenter och forskare vid lärosätena, mot bakgrund av att Venture Cup ursprungligen initierades av Chalmers och Göteborgs universitet. Tävlingsarna är dock öppna för alla typer av affärsidéer och såväl för mer erfarna som helt nya entreprenörer.

3.2 Organisation och finansiering

År 2017 ombildades den nationella organisationen då regionkontoren Syd, Öst och Nord slogs samman till Venture Cup Sverige. Venture Cup Väst valde att stå utanför sammanslagningen, enligt rapporterna främst på grund av en väletablerad verksamhet samt ett fungerande nätverk och operativt arbete, önskvärt att bibehålla.²⁰ Under 2021 togs beslut om att integrera Venture Cup Väst med de övriga regionerna i Venture Cup Sverige. Enligt rapporteringen bedöms sammanslagningen inte påverka det operativa arbetet, som även fortsättningsvis kommer att bedrivas med ett

¹⁶ Rapport om verksamhet 2023/2025

¹⁷ Rapport om verksamhet 2022/2024

¹⁸ Rapport om verksamhet 2021/2023

¹⁹ Rapport om verksamhet 2018/2020

²⁰ Rapport om verksamhet 2017/2019

regionalt och lokalt fokus. Omorganisationen har möjliggjort effektiviseringar genom att administrativa funktioner kunnat centraliseras.²¹

Tävlingsansvarig för Region Väst förklarar i intervjun att det fortfarande finns en stark regional förankring och att de har flera anställda placerade i Göteborg. Trots den relativt höga personalomsättningen är samarbetspartnerna överens om att kontakterna med Venture Cups Göteborgskontor är väl fungerande. Ingen av dem upplever ett minskat fokus på Västsverige i och med omorganisationen. Tvärtom är känslan att tävlingen är starkast här i väst, med frekventa aktiviteter av hög kvalitet.

Redovisning av finansieringen har genom åren formulerats på olika sätt i verksamhetsrapporterna, vilket kan bero på personalomsättning men också på omorganisationen. Tabellen i rapporterna visar inte hela bilden, medan årsredovisningen avser Venture Cup Sverige. Det är därför svårt att beskriva hur VGR:s stöd växlat upp med andra medel och hur stor del av finansieringen som kommer ifrån offentliga organisationer eller lärosäten i förhållande till privata aktörer. MRU (och tidigare RUN) har sedan 2015 medfinansierat Venture Cup med 600 000 kr per år. Därtill har nämnden med 3-4 års mellanrum beviljat projektmedel på 200 000 kr till Venture Cup för att arrangera Sverigefinalen.

²¹ Rapport om verksamhet 2021/2023

4. Genomförande

I rapporteringen beskrivs genomförandet utifrån de årligt återkommande tävlingarna och eventen som nämns i föregående avsnitt. Därtill redogörs för olika typer av inspirations- och nätverksträffar för att matcha ihop nya entreprenörer med mer erfarna aktörer från näringslivet. Det ges även exempel på aktiviteter för att främja entreprenörskap och skapa motivation hos barn och ungdomar.²² Ett tydligt fokus överlag har varit på att nå ut till nya tävlande samt att underhålla och utveckla det professionella nätverket.

Under 2020 påverkades verksamheten följaktligen av restriktionerna i samband med pandemin. Tävlingarna IDEA och STARTUP kunde dock genomföras via en digital plattform. Därtill arrangerades mindre fysiska event, såsom prisutdelningar, anpassade till det tillåtna antal deltagare och med möjlighet att delta på distans. I rapporteringen konstateras att det anpassade arbetssättet delvis inneburit en fördel, då det påskyndat digitaliseringen och skapat en ökad tillgänglighet för en bredare målgrupp i ett större geografiskt område.²³ Nästkommande år genomfördes flera olika event i digitalt format och 2022 rapporteras att verksamheten kommit igång som vanligt efter pandemin. I intervjun med VD och tävlingsansvarig lyfts vikten av den tidseffektivitet som digitala event möjliggör. Emellertid bedömer de att fysiska träffar är nödvändiga för att skapa långsiktiga relationer.

4.1 Välorganiserade event riktade till en bred målgrupp

Genomgående i intervjuerna med de tidigare deltagarna är att de i sin utbildning eller via sin inkubator uppmuntrats att ansöka till Venture Cup. Venture Cup uppges vara välkänt i inkubatormiljön, inom olika typer av entreprenörskapsutbildningar och på sociala medier. Själva tävlingen beskrivs som ett välorganiserat arrangemang med bra stämning och många tillfällen att utbyta erfarenheter med andra entreprenörer. Flera av de tidigare deltagarna beskriver nyttan med att via ansökan formulera sin verksamhet på ett begripligt sätt.

Av vissa beskrivs juryn ha en bred representation, vars återkoppling är värdefull i det tidiga skedet av ett företag eller en idé. Andra upplever att juryn ofta är väldigt nischad och inriktad på specifika parametrar i sin feedback. Drygt hälften av de intervjuade deltagarna – såväl finalister som personer som inte gått vidare – upplever dock att det är mycket oklart vilka

²² Rapport om verksamhet 2022/2024

²³ Rapport om verksamhet 2020/2022

kriterier tävlingsbidragen bedöms utifrån. Det är också oklart hur informationen som vid ansökan läggs upp på den digitala plattformen används, om man som tävlande förväntas ge feedback på andras bidrag och om detta är något som vägs in när beslut tas om vilka som går vidare. En fråga som lyfts är hur juryn applicerar utvärderingskriterierna när tävlingen består av så många olika typer av affärsidéer.

”Vi gjorde vår pitch, sen vann vi och sen läste jag någon kort motivering. Men vad som gjorde att vi vann vet jag inte.”

”För de som ansökt flera gånger men som inte blivit finalister kan det vara svårt att förstå varför.”

Åsikterna är delade avseende att Venture Cup riktar sig till en så bred målgrupp, att i princip alla med en affärsidé och/eller ett företag är välkomna att ansöka. Det innebär fördelar i och med enkelheten i själva ansökningsförfarandet, en möjlighet att utveckla sin idé och pitch för att så småningom kunna bli antagen till en inkubator samt att tävlingen därigenom blir välkänd i många sammanhang. De intervjuade företag som är forskningsbaserade och definierar sig som deep tech upplever emellertid detta som problematiskt. Det beskrivs som märkligt och samtidigt orättvist att de i samma tävling ställs emot helt nya företag med betydligt enklare affärsidéer. Flera tillägger att juryn saknade den specifika kompetens som krävs för att de ska få insyn i och kunna bedöma idén/tekniken på ett adekvat sätt.

”Vi interagerade inte alls med dem i nätverket, för det var ingen som behärskade vårt område.”

”Om man är deep tech-bolag blir det mindre relevant med Venture Cup, det är väl det negativa. Men positivt att alla typer av bolag kan vara med.”

4.2 Samverkan med akademi och externa aktörer centralt för genomförandet

Genomgående i rapporteringen lyfts relationerna med akademien fram som särskilt viktiga att stärka. Sedan flera år tillbaka bedriver Venture Cup utbildningen *Affärsplanering för tillväxtföretag* tillsammans med Chalmers och Göteborgs universitet. Gästföreläsare från näringslivet är ett särskilt uppskattat inslag, enligt de ansvariga på Venture Cup. Studentambassadörer beskrivs ha en viktig roll och ett sätt att bygga en närmare relation med respektive lärosäte.

”Venture Cup har alltid haft en naturlig koppling till akademien...Det är viktigt för oss att bibehålla samt utveckla samarbete med de olika lärosätena i regionen.”²⁴

Även vid utvärderingen av Venture Cup som genomfördes 2019²⁵ framgick att det skedde ett kontinuerligt arbete med att bearbeta högskolor och andra aktörer inom innovationssystemet i regionen. Tanken beskrevs vara att hitta vägar att samarrangera aktiviteter istället för att konkurrera om samma målgrupper. Målen om att stärka kopplingen till högskolor och universitet och att utveckla den regionala närvaron angavs då vara ett av de allra viktigaste för Venture Cup de närmaste åren och samtidigt en stor utmaning. För att uppnå målet ska, enligt den senaste rapporteringen, kontakt tas med mindre universitet och yrkeshögskolor. Göteborgs universitet och Chalmers tekniska högskola är officiella samarbetspartners med representanter i styrelsen, vilket inte är fallet med de övriga högskolorna i region Väst. Tävlingsansvarig beskriver i intervjun att mentorerna på högskolorna oavsett sprider information om Venture Cup till studenterna. I intervjuerna med kontaktpersonerna på Science Park Skövde och Innovatum Science Park framgår att de osäkra på hur dialogen mellan Venture Cup och de delregionala högskolorna ser ut, men att det inte sker via deras organisation.

Samverkan med akademien ter sig dock osäker framöver. Vid intervjun med styrelseledamoten på Chalmers framkommer att de beslutat att dra sig ur som officiell samarbetspartner till Venture Cup från och med 2025. Venture Cup grundades i och med att lärosätena såg behovet att tillgängliggöra och kommersialisera forskning. Den profileringen hos Venture Cup är inte lika stark längre och därmed minskar nyttan för lärosätena. Betydelsefullt i sammanhanget är det regeringsbeslut²⁶ som togs 2009, som uppdrog åt högskolor och universitet att inrätta innovationskontor. Innovationskontoren ska verka för att forskningsresultat kommer till nytta samt att inspirera forskare till innovationer i samarbete med Innovationsbron²⁷ och näringslivet. Från Chalmers sida finns önskemål om att Venture Cup i högre grad hade profilerat sig utifrån lärosätenas verksamhet och utgöra ett komplement till innovationskontoret. I realiteten sker emellertid en hel del överlappningar, vilket gjort att Chalmers beslutat att dra sig ur som betalande partner. Även när det gäller utbildningen

²⁴ Rapport om verksamhet 2021/2023

²⁵ Samhällsanalys, 2019:16

²⁶ Regeringen, Utbildningsdepartementet (2009-02-19) Uppdrag att utarbeta strategier för innovationskontor

²⁷ Innovationsbron ägdes av staten och Industrifonden och hade som uppdrag att identifiera, utveckla och investera i blivande tillväxtföretag. Vid årsskiftet 2013 slogs Innovationsbron samman med Almi Företagspartner AB (<https://news.cision.com/se/innovationsbron-ab>)

Affärsutveckling för tillväxtföretag finns problematiken med överlappningar gentemot de kurser som erbjuds inom Chalmers Ventures.

”Venture Cup har mycket bra verksamhet, men de borde passa in i pusslet bättre...Vi har ju ett idéflöde som faktiskt är på initiativ från vår regering, då är det rimligt att koppla på det, inte konkurrera med det.”

På Göteborgs universitet beskrivs att innovationskontoret har byggt upp ett parallellt, kompletterande system för att fånga upp deltagare och idéer. Då innovationskontoret är inriktat på forskare som målgrupp kan studenter hänvisas till Venture Cup. I annat fall hade verksamheten vid innovationskontoret behövt expandera avsevärt.

”Venture Cup har ett nätverk av externa personer med erfarenhet av entreprenörskap som vi inte har på samma sätt...inte bara innovationer kopplade till forskning, ja det är ju ett mervärde.”

Emellertid pågår i skrivande stund diskussioner på Göteborgs universitet huruvida de ska kvarstå som partner till Venture Cup eller inte, då nuvarande avtal löper ut under året. Detta innebär också att kursen *Affärsplanering för tillväxtföretag* står och faller med beslutet. Venture Cups verksamhet har under årens lopp utvecklats i en riktning som inte helt stämmer överens med lärosätenas prioriteringar. Delvis kan detta bero på en otydlighet från finansierarnas sida, men lärosätena får oundvikligen svårt att motivera att deras pengar går till en annan målgrupp än deras forskare och studenter.

”Jag är lite kluven, jag tycker egentligen att Venture Cup gör ett bra jobb, men passar inte riktigt in i pusslet, det är för mycket överlappningar. Allt som finansieras med offentliga pengar ska pusslas ihop så bra som möjligt med helheten.”

Vidare är Venture Cup starkt beroende av sitt partnernätverk bestående av aktörer med specifik kompetens inom affärsutveckling. Som samarbetspartner finns aktörerna med som representanter i juryn och använder sin kompetens för att i gemensam dialog utse vinnarna samt att ge feedback och rådgivning till de tävlande. Vid sidan av tävlingsprocessen anordnar partnerna gemensamma aktiviteter med Venture Cup, exempelvis i form av marknadsaktiviteter och alumniträffar. En stor del av Venture Cups verksamhet handlar om att bibehålla relationer och engagemang hos externa parter. Deltagandet kan variera från år till år, men enligt tävlingsansvarig finns en ambition att ha en bred representation i juryn.

Venture Cup har även etablerade samarbeten med Ung Företagsamhet och Drivhusen runt om i regionen.

De övriga samarbetspartnerna, utöver akademien, beskriver samverkan med Venture Cup som berikande, väl fungerande och viktig att bibehålla. Aktörerna utanför Göteborg upplever en lyhördhet från Venture Cup och att de i sin tur ofta informerar om tävlingarna i sina inkubatormiljöer.

”Känns alltid som att de är tillgängliga och lyhörda, för jag gissar att alla samarbetspartners vill olika saker. Jag upplever att de lyssnar in våra behov.”

4.3 Regional spridning en del av verksamheten

Som tidigare nämnts finns en ambition hos Venture Cup att öka den geografiska spridningen och nå entreprenörer och innovatörer från olika delar av Västra Götaland. Ett av verksamhetens långsiktiga mål uppges vara att skapa en ökad förankring i mindre städer. I rapporteringen ges en rad exempel på utlokaliserade evenemang, bland annat i samarbete med Trollhättan Stad, socialförvaltningen på Hisingen, Inkubatorn i Borås, Innovatum och Support Group network. Enligt tävlingsansvarig är det ett tidskrävande arbete, men viktigt att få till en kontinuitet för att underhålla de personliga relationerna som byggs upp. Eftersom många företag är baserade i Göteborg, blir det ett naturligt fokus på Göteborg. Tävlingsansvarig har dock noterat att aktörer i delregionerna via kontakterna med Venture Cup insett värdet av att ingå i ett större nätverk.

5. Resultat och måluppfyllelse

5.1 Varierande indikatorutfall och vissa oklarheter i rapporteringen

Verksamhetsansvariga på Venture Cup bedömer i sin rapportering att de fortsatt har ett högt antal tävlingsdeltagare och att de ser en ökad kvalitet i bidragen. Detta beskrivs vara ett resultat av fler branschexperter i nätverket som coachat deltagarna. Under de senaste åren har de även märkt av en förflyttning mot ökat fokus på hållbarhet i affärsidéerna.²⁸ I rapporteringen för 2023 beskrivs att kvaliteten på bidragen kunnat bibehållas samt att nya samarbeten etablerats runt om i regionen. Som exempel ges Connect Väst och Drivhuset i Skövde. I övrigt nämns kontaktskapande med studentkårer och information på fler gymnasieskolor om möjligheterna med entreprenörskap.²⁹

Indikatorer 2018-2023	Period	Förväntat utfall			Utfall		
		Kvinnor	Män	Totalt	Kvinnor	Män	Totalt
Antal individer i entreprenörsfrämjande aktiviteter	2018	800	1400	2200	2097	2095	4192
	2019	1200	1300	2500	1829	1985	3906
	2020	1500	1500	3000	1070	1130	2200
	2021	800	1200	2000	510	765	1275
	2022	800	1200	2000	1498	1672	3170
	2023	1000	875	1875	270	265	535
Antal individer som får rådgivning	2018	150	250	400	169	243	412
	2019	220	230	450	227	303	530
	2020	150	250	400	240	376	616
	2021	220	280	500	200	264	464
	2022	240	260	500	97	133	230
	2023	245	255	500	71	130	201
Antal individer i kompetensutvecklingsinsats	2018	70	80	150	119	170	289
	2019	70	80	150	56	83	139
	2020	120	140	260	67	83	150
	2021	50	60	110	61	89	150

²⁸ Rapport om verksamhet 2022/2024

²⁹ Rapport om verksamhet 2023/2025

	2022	60	70	130	23	36	59
	2023	60	80	140	47	94	141
Antal företag (unika affärsmodeller) som får rådgivning	2018	-	-	180	-	-	242
	2019	-	-	340	-	-	389
	2020	-	-	240	-	-	329
	2021	-	-	350	-	-	364
	2022	-	-	350	-	-	178
	2023	-	-	360			151
	Andel kvinnor i professionella nätverket	2018	50	50	100	50	50
2020		50	50	100	?	?	?
2023		?	?	?	50	50	100
Antal samarbeten med andra aktörer i innovationssystemet i Göteborg (i Väst)	2018	-	-	10	-	-	10
	2019	-	-	15	-	-	?
	2020	-	-	10			14
	2021	-	-	15	-	-	15
	2022	-	-	15	-	-	15
	2023	-	-	15	-	-	16
Antal studenter som tävlar i Venture Cup (Väst)	2018	100	150	250	?	?	203
	2019	60	70	130	79	137	216
	2020	80	120	200	89	108	197
	2021	80	120	200	80	120	200
	2022	80	120	200	120	157	277
	2023	90	110	200	48	89	137
Professionella jurydeltagare	2019	15	15	30	15	15	30
	2020?				15	15	30
	2021	15	15	30	9	12	21
	2022	15	15	30	20	20	40
	2023	15	15	30	17	19	36

Tabell 1: Indikatorer och utfall 2018-2023

Under åren har utfallet enligt rapporteringen många gånger varit i nivå med, eller mer än, förväntat. Dock verkar deltagandet det senaste året ha minskat, till nivåer lägre än under pandemiåren. Värt att notera är också att de förväntade värdena har varierat relativt mycket från år till år. Ett exempel är indikatorn *Antal individer i entreprenörsfrämjande aktiviteter*, där det förväntade utfallet gått från 3 000 år 2020 till 1 875 år 2023. Under 2022 blev utfallet avseende indikatorn *Antal individer som får rådgivning* och *Antal individer i kompetensutvecklingsinsats* märkbart lägre än förväntat, medan indikatorutfallet för *Antal individer i entreprenörsfrämjande aktiviteter* överträffades med råge. Det finns, enligt rapporteringen för 2022, flera faktorer som kan ha påverkat. De rådande världsomständigheterna och den utbredda oron i samhället nämns

som exempel. Emellertid blir det i rapporteringen för 2023 tydligt att deltagandet varit betydligt lägre än förväntat. Venture Cup bedömer att detta fortfarande är efterdyningar av pandemin och att deltagandet under 2024 förväntas öka. Ytterligare en förklaring som nämns i rapporteringen är att flera av lärosätena driver ”inhouse-projekt” och att detta kan ha lett till ett minskat engagemang från akademien och därigenom ett lägre antal tävlingsbidrag.³⁰

Viktigt att notera är att de förväntade värdena som anges i rapporterna om verksamhet 2020 och till viss del även 2021 är felaktiga. I beslut om verksamhetsbidrag för år 2020 framgår de värden som rödmarkerats i tabellen, men i rapport om verksamhet för samma år listas förväntade utfall för 2021. Likaså listas utfall för indikatorn *Professionella jurydeltagare*, en indikator som inte fanns med i beslutet avseende 2020. Samma felaktighet finns för indikatorn *Antal individer som i kompetensutvecklingsinsats* där det i beslutet för 2021 framgår ett förväntat utfall på 110 personer (50 kvinnor, 60 män). I rapporteringen av 2021 års verksamhet beskrivs de förväntade utfallet vara 13 (60 kvinnor, 70 män). Ytterligare förväntade och faktiska utfall saknas helt och är markerade med ett frågetecken i tabellen.

Deltagarnas upplevelser och synpunkter har tidigare inhämtats via enkäter som skickats ut efter varje genomfört evenemang. Svarefrekvensen har genomgående varit låg, vilket föranlett att Venture Cup inför 2024 valt att istället införa en så kallad reflektionsstund. Detta bedöms kunna ge en mer grundlig utvärdering av tävlingsprocesserna och möjliggöra för deltagarna att ge direkt och detaljerad feedback. Därtill kommer de ansvariga att utföra en efterhandsgranskning av tävlingsresultatet, vilket innebär en uppföljning av vinnarnas upplevelse, likväl erfarenheter hos de bidrag som inte gick vidare. Därigenom kan eventuella förbättringsområden identifieras, som ett led i att kvalitetssäkra tävlingsprocesserna.³¹ I intervjun med VD och tävlingsansvarig framgår att detta än så länge inte har skett och att de ännu inte hittat något vinnande koncept för att fånga upp deltagares synpunkter. Ett bra tecken som de observerat är dock att många av deltagarna är återkommande. I den senaste rapporteringen (2023) verkar detta dock ha ändrats, då en särskild reflektionsstund inte nämns. Istället beskrivs att aktiviteterna utvärderas via deltagarenkäter eller mer informellt via samtal med deltagarna på plats.³²

³⁰ Rapport om verksamhet 2023/2025

³¹ Rapport om verksamhet 2022/2024

³² Rapport om verksamhet 2023/2025

5.2 Utmaning att identifiera konkreta resultat

Samarbetspartnerna har svårt att peka på konkreta mätbara resultat av Venture Cup, då kontaktskapande ofta handlar om långa processer med flera påverkande faktorer. Ett par av dem bedömer att de fått kunder via sin medverkan i tävlingarna och lyfter flera exempel på deltagande företag som sedermera blivit stora, framgångsrika bolag.

Det förefaller inte helt oproblematiskt för de intervjuade företagen att peka på direkta resultat av sin medverkan i Venture Cup. Flera av dem är osäkra eller menar att tävlingen inte ledde till några bestående kontakter – medan andra beskriver det som avgörande, att det bidragit till vidare uppmärksamhet i media eller att det påskyndat utvecklingen av företaget. Vissa av finalisterna beskriver att Venture Cup blev som en kvalitetsstämpel, en bekräftelse på att de är på rätt väg med sin idé eller affärsmodell.

”Det är svårt att se vad Venture Cup bidragit till, det blev en del i en större grej.”

”Det gav oss ökad trovärdighet hos investerare och det blev lättare att få kontakt och förtroende.”

”Självförtroendet det gav mig och mitt team har varit avgörande i utvecklingen av vårt företag.”

5.3 Synlighet och pitchträning tydliga mervärden

Inkubatorerna ser ett mervärde i att via Venture Cup nå ut bredare i innovationssystemet. Tävlingsmomenten motiverar inkubatorföretagen som genom deltagandet får uppmärksamhet och nya kontakter. Själva evenemanget och juryarbetet beskrivs ge betydelsefulla nätverk och kompetensutveckling. För Almi, SEB och revisionsbyrån BDO blir det tydligt att Venture Cup är ett sätt att synliggöra sin verksamhet och attrahera nya kunder. Att Venture Cup är ett etablerat varumärke och därtill har ett nationellt perspektiv upplevs som en stor fördel. Venture Cup lyfts även som ett tillfälle för framtidsspaning – via tävlingsbidragen syns vilka trender som dominerar och vilka företag som är på gång.

”Det högsta värdet är att finnas med bland de företag som finns med i toppen. De är potentiella kunder för oss att stötta.”

”Det är många som börjar med Venture Cup, det är starten. Utan dem blir man en aktör fattigare och det är fler med mig som tycker så.”

Ett påtagligt mervärde för deltagande företag är, för flera av de intervjuade, den träning i att presentera sin idé/sitt företag som Venture Cup innebär. Dels övning i att tala inför publik, dels insikten i vikten av att anpassa pitchen efter mottagare och situation. De företag som är knutna till en inkubator nämner att de visserligen därigenom får en hel del pitchträning, men att det troligen är särskilt nyttigt för företag som står utanför inkubatormiljön.

”Jag tror att i ett startups tidiga skede har du oftast ingen möjlighet att på förhand testa din idé med investerare...Att få feedback via Venture Cup och få reda på företagets svagheter i affärsmodellen från professionella investerare och experter är väldigt värdefullt.”

Ett annat mervärde som flera av de tidigare deltagarna lyfter fram är den ökade synligheten och uppmärksamheten som tävlingen och kopplingen till Venture Cups välkända varumärke innebär. Därtill är det ett värde i att få möjlighet att nätverka med andra startup-bolag i samma bransch. Flera av företagen lyfter fram vinstpengarna som det mest betydelsefulla mervärdet av tävlingen. Även relativt blygsamma belopp beskrivs göra stor skillnad i företagets tidiga fas.

5.4 Viss oenighet kring tävling som metod och Venture Cups roll i det regionala stödsystemet

Är då tävlingar en bra metod för att främja entreprenörskap? Det är en viss oenighet bland respondenterna avseende detta. En del lyfter fram flera fördelar med tävlingsmoment – den breda antagningen gör att det blir inkluderande och kan skapa unika möjligheter för helt nya entreprenörer. I och med att det också är en nationell final blir det ett sätt att kontrollera kvaliteten på företagandet i Västsverige. Lärosätena upplever dock att tävlingsformatet inte passar forskare särskilt väl, att forskare är en speciell målgrupp som kräver ett eget spår.

”Problemet är förpackningen med jippo och konfetti, det stannar redan där för forskningsbaserade företag.”

Enligt flera av de intervjuade företagen är tävling en bra metod för att ge entreprenörer i tidiga skeden värdefull feedback. Upplägget bedöms vara ett effektivt sätt eftersom juryn kan ta ställning till många idéer under en och samma dag. En av de tidigare deltagarna är dock tveksam till att Venture Cup och liknande tävlingar finansieras med offentliga medel. Arrangemanget upplevs som resurskrävande och känslan är att det överlag endast är få företag som i slutändan gynnas av det.

Tävlingsansvarig beskriver att Venture Cup utgör ett komplement i det regionala stödsystemet genom att de kan fånga upp entreprenörer som inte får stöd på annat håll – då till exempel inkubatorerna har snävare kriterier och en begränsning i antal stödföretag. Venture Cup kan då vara ett steg på vägen att hjälpa företagen till nästa nivå i sin utveckling.

”Vi hjälper samma personer med i olika stadier och på olika vis och i olika typer av miljöer.”

Från lärosätenas håll är Venture Cups roll i det regionala stödsystemet något oklar. En av parterna beskriver att det är ett flertal aktörer som vuxit upp behovsdrivet och som behöver hitta sätt att förhålla sig till varandra. Övriga samarbetspartners har en tydligare bild av hur Venture Cup utgör en kompletterande part i stödsystemet – då det är en välkänd tävling och att det underlättar för de inkubatorer som inte har resurser att själva anordna den typen av evenemang.

6. Analys och reflektioner

6.1 Oklarheter i rapporteringen försvårar bedömning av måluppfyllelse

Vid genomgång av rapporteringen syns att en mängd aktiviteter organiserats och genomförts inom ramen för Venture Cup, fokuserat till Göteborg men även lokaliserat till andra platser i Västra Götaland. Emellertid saknas ibland en kontinuitet i redovisningen, vilket hade underlättat vid bedömning av hur verksamheten utvecklats över tid. De varierande formuleringarna kring mål, indikatorer och finansiering speglar den personalomsättning som Venture Cup haft. Indikatorutfallet varierar stort mellan åren, men det är svårt att greppa orsakerna och på vilket sätt verksamhetens arbete kopplas till resultaten. Exempelvis minskar antalet individer i entreprenörsfrämjande aktiviteter – som förväntat – under pandemin, från 3 906 år 2019 till 2 200 under 2020 och till 1 275 år 2021. Under 2022 sker en ökning till 3 170 för att 2023 återigen minska till 535 individer. Pandemin och konjunkturen ges som förklaring, men samtidigt skedde under 2020 och 2021 en ökning av antal individer som fått rådgivning och individer i kompetensutvecklingsinsats. Ytterligare en försvårande faktor är felaktigheterna i de förväntade värdena i rapporterna om verksamhet 2020 och 2021.

Ett prioriterat mål är att öka antalet tävlingsbidrag. Då rapporteringen pekar på motsatt utveckling behövs förtydliganden kring hur Venture Cup arbetar mot målet. I rapporterna beskrivs att tävlingsbidragens kvalitet har kunnat bibehållas eller ökat. Här vore det intressant med en mer ingående beskrivning av på vilket sätt bidragen har ökat sin kvalitet och utifrån vilka parametrar den bedömningen görs. Båda parter (Venture Cup och VGR) hade gynnats av en översyn av de befintliga indikatorerna och ett utförligare resonemang kring vad utfallen betyder och kan tänkas bero på. Därtill finns ett behov av att diskutera hur verksamheten ska följas upp på ett mer kvalitativt sätt. Tidigare erfarenheter har visat att utvärderingsenkäter inte varit optimalt och idén om ”reflektionsstund” i anslutning till eventet verkar ha ändrats till att återinföra enkät till deltagarna i kombination med ”informella samtal”. Fortsättningsvis bör Venture Cup förtydliga systematiken i hur uppföljningen genomförs i praktiken.

6.2 Ett tydligt mervärde för samarbetspartners och deltagare, undantaget akademien

De externa samarbetspartnerna ser ett tydligt mervärde av Venture Cup. Deras medverkan ger dem möjlighet att marknadsföra sin verksamhet för en bred målgrupp och i förlängningen attrahera nya kunder. Venture Cups etablerade varumärke innebär fördelar och parterna är angelägna om att tävlingarna fortsätter att arrangeras. Det finns en generell uppfattning om att Västsverige utmärker sig på ett nationellt plan i och med tävlingen, vilket är viktigt att värna om. För flera av de intervjuade företagen sätter stort värde på att via Venture Cup formulera sin idé, få pitchträning och feedback samt nätverkande.

Att etablera och underhålla samarbeten är ett uttalat mål med Venture Cups verksamhet och utgör en stor del av det löpande arbetet. Ett särskilt prioriterat mål har genomgående varit en nära relation med högskolor och universitet. Det upplevda mervärdet av Venture Cup verkar dock successivt ha minskat hos Göteborgs universitet och Chalmers. Bland annat beror detta på att liknande verksamhet sker inom lärosätena och att det därmed blir överlappningar. Ytterligare en problematik är att lärosätena inte ser någon tydlig koppling till sin målgrupp, det vill säga studenter och forskare. Deltagandet i Venture Cups tävlingar är öppet för alla med en idé eller ett nystartat bolag. Den breda ansatsen uppskattas av övriga samarbetspartners och av vissa tidigare deltagare. Men nyttan blir därmed oklar för akademien, vilket gör att de får svårt att motivera fortsatt engagemang och finansiering. Även de forskningsbaserade företagen som intervjuats upplever den breda målgruppen som ett problem. Andra, mer nischade tävlingar blir då mer relevanta för dem då de tävlar på samma premisser. Dialogen med akademien hade gynnats av mer detaljerad deltagarstatistik och information om bidragens koppling till lärosätena.

Här hade det varit intressant att lyssna in synpunkter från övriga högskolor i Västra Götaland, men eftersom det inte finns formella samarbeten mellan dem och Venture Cup har några kontaktuppgifter heller inte tillhandahållits för denna utvärdering. Det ska tilläggas att kategorin Beyond Academic syftar till att lyfta de affärsidéer som har störst potential att kommersialiseras. Kategorin ska stärka samarbetet mellan akademi och näringsliv samt uppmuntra studenter och forskare att ta sin idé vidare efter avslutade studier eller forskningsprojekt. Detta är dock inget som lyfts i intervjuerna med lärosätena eller tidigare deltagare. I sammanhanget är det angeläget för VGR att bedöma hur viktig kopplingen till akademien är för bidraget till Venture Cup. Är det avgörande för MRU:s finansiering? Eller finns det likväl ett värde i att stötta ett bredare deltagande med ökad tyngdpunkt på nyttan för inkubatorer och privata näringslivsaktörer?

6.3 Ett starkt varumärke som möjliggör synlighet och kompetensutveckling

Intervjuerna visar att det främst är samarbetspartners utanför akademien som anser att tävlingsformatet är ett bra sätt för att främja entreprenörskap och nyföretagande. Tidigare deltagare lyfter fram pitchträningen och momentet att beskriva sin affärsidé som särskilt värdefullt för företaget, idén och sin personliga utveckling. Bland deltagare som intervjuats är det främst de forskningsbaserade företagen som överlag är mer kritiska till Venture Cups tävlingsformat – då inte avseende själva tävlingsmomentet, utan den breda målgruppen och avsaknad av mer branschspecifik feedback från juryn. En generell synpunkt är att Venture Cup är ett välkänt varumärke, vilket ger finalisterna goda förutsättningar att uppmärksammas i ett vidare sammanhang. Både samarbetspartners och tidigare deltagare ger flertalet exempel på detta, liksom på företag som tidigare tävlat i Venture Cup och som i ett senare skede nått framgång på ett internationellt plan.

En möjlig väg att gå om relationerna med lärosätena försvagas är att stärka kopplingarna mellan Venture Cup och inkubatormiljöerna.

Respondenterna från Innovatum Science Park och Science Park Skövde lyfter fram tävlingen som ett värdefullt kompetenshöjande moment och uppmanar sina entreprenörer inom inkubatorn att ansöka. Likväl beskriver de intervjuade deltagarna (som samtliga är eller har varit knutna till en inkubator) att de delvis får pitchträning som en del av den ordinarie rådgivningen, men att ansökan till och deltagandet i Venture Cup medför träning på en högre nivå i och med att de pitchar inför en jury. Därtill utökas deras nätverk och kontakter med personer i samma bransch. Mer etablerade relationer med inkubatorerna skulle kunna underlätta arbetet med att nå ut till fler potentiella deltagare och även vara ett sätt att nå ut till fler delar av Västra Götaland via de delregionala nätverken. Därtill minskas risken för eventuella överlappningar med inkubatorernas egna tävlingar. Att diskutera möjliga vägar för att erbjuda kompetensutveckling för entreprenörer blir än viktigare om utbildningen *Affärsutveckling för tillväxtföretag* behöver avvecklas. Då denna bedrivs i samarbete med Göteborgs universitet och Chalmers är den avhängig deras beslut om fortsatt stöd.

Sammantaget lyfts många positiva erfarenheter av Venture Cup, vars arbete är väl etablerat i flera delar av Västra Götalands innovationssystem.

Utvärderingen visar emellertid att framtida målgrupp, prioriterade samarbeten och finansiering behöver diskuteras och klargöras inför beslut om fortsatt stöd från VGR.

7. Rekommendationer

Nedanstående rekommendationer är baserade på utvärderingens resultat och bör beaktas inför beslut om 2025 års verksamhetsbidrag till Venture Cup.

Se över mätetal och uppföljningsrutiner. En genomgång och prioritering av befintliga indikatorer, utifrån vad som är möjligt och användbart att mäta, hade underlättat såväl rapportering som tolkning av resultat och måluppfyllelse. Kommande redovisningar bör innehålla mer utförliga beskrivningar av vad som ingår i utfallen, hur dessa beräknats och vad eventuella fluktuationer eller avvikelser beror på. Vidare behövs en systematik i uppföljningar av deltagares erfarenheter och hur resultaten av uppföljningarna tas om hand.

Diskutera och klargör den framtida finansieringsbilden utifrån ett mer långsiktigt perspektiv. Rapporteringen visar att bidragen från akademien minskat, medan finansieringen från privata aktörer ökat. Påverkar detta ambitionen från VGR och stödet från MRU? Finansiering och budget behöver tydligare sättas i relation till verksamhetens ambitioner och målsättningar. Hur planerar Venture Cup hantera ett potentiellt uteblivet stöd från akademien? Vad kommer det att innebära för det framtida genomförandet?

Ta ställning till vikten av koppling till akademien. Mot bakgrund av att Chalmers beslutat att dra sig ur det formella samarbetet med Venture Cup och att Göteborgs universitet eventuellt gör detsamma, behöver VGR ta ställning till om MRU:s bidrag ska vara avhängigt kopplingen till akademien. Därtill är det viktigt att vi som finansiär är tydliga med vad vi förväntar oss.

Diskutera möjligheterna med att tydligare knyta Venture Cup till inkubatorerna i Västra Götaland. Hur kan kompetensutveckling av nuvarande/framtida entreprenörer stöttas om utbildningen tillsammans med Göteborgs universitet och Chalmers upphör? En starkare anknytning till inkubatormiljöerna skulle möjligen underlätta arbetet med den regionala spridningen och medföra att Venture Cup får en tydligare och mer befäst roll i det regionala stödsystemet.

Referenser

aretsnybyggare.se

[Boras-ink.se](https://boras-ink.se)

[Brewhouseinkubator.se](https://brewhouseinkubator.se)

ey.com/sv_se/eoy

[Forebildarna.se](https://forebildarna.se)

[Foretagarna.se](https://foretagarna.se)

[Foundersloft.se](https://foundersloft.se)

goteborgco.se/naringslivsgruppen/goteborgs-companipris/

[Innovatumsciencepark.se](https://innovatumsciencepark.se)

news.cision.com/se/innovationsbron-ab

Rapport om verksamhet, 2023/2025, MRU 2024-00168

Rapport om verksamhet 2022/2024, MRU 2023-00597

Rapport om verksamhet 2021/2023, RUN 2022-00118

Rapport om verksamhet 2020/2022, RUN 2021-00139

Rapport om verksamhet 2018/2020, RUN 2019-00200

Rapport om verksamhet 2017/2019, RUN 2017-00420

Regeringen, Utbildningsdepartementet (2009-02-19) *Uppdrag att utarbeta strategier för innovationskontor*

[Sahlgrenskasciencepark.se](https://sahlgrenskasciencepark.se)

Samhällsanalys (2019:16) *The winner takes it all? - Utvärdering av affärsutvecklingstävlingar inom entreprenörskap och nyföretagande*, RUN 2018-00701

seb.se/foretag/foretagsevent/nextawards

stiftelsenskapa.se/

Västra Götalandsregionen, avdelning näringsliv och innovation (2023)
*Ungt entreprenörskap i Västra Götaland – Kartläggning av Ung
Företagsamhet, Drivhusen, Venture Cup & Förebildarna*

Intervjuer

Emma Lundqvist, tävlingsansvarig Venture Cup – 240319

Mekhar Sheikh, VD Venture Cup – 240319

Camilla Pettersson, Göteborgs universitet (styrelseledamot) – 240325

Mathias Gaunitz, Chalmers tekniska högskola (styrelseledamot) – 240318

Anna Emanuelsson, Science Park Skövde – 240403

Janni Umeland, Innovatum Science Park – 240405

Pernilla Johnsson, SEB – 240315

Patrik Nilsson, BDO – 240312

Markus Tornberg, Almi – 240314

Telefonsamtal med Max Petzold, Göteborgs universitet – 240516

VD/kontaktperson i nedanstående bolag:

Adsorbi

Ambidex

ANYO Labs

DREV

Flick

GlobePatient

KOASTAL

LanteRNA

Mabel

Norgald

Skogsnejd

Bilaga 1: Intervjuformulär

VD och tävlingsansvarig

Bakgrund

Hur länge har ni varit involverade i arbetet med Venture Cup? Hur ser era ansvarsområden ut?

Genomförande och resultat

Hur har genomförandet fungerat under 2023? Hur upplever ni att Venture Cup har utvecklats i förhållande till uppsatta mål? Är det några resultat som ni särskilt vill lyfta fram som skett sedan den senaste rapporteringen? Hur mäter ni måluppfyllelsen?

Har pandemin påverkat genomförandet även i efterhand? Hur har tävlingen utvecklats i jämförelse med åren innan pandemi och lågkonjunktur?

Hur ser målgrupperna ut och på vilket sätt har de involverats i processen? I vilken omfattning bedömer ni att ni når ut till prioriterade målgrupper?

Hur tas utvärderingsresultat tillvara? Hur dokumenteras det som framkommit ur reflektionsstunderna efter evenemangen? Möjligt att ta del av?

Organisation och bemanning

Har 2021 års omorganisation där Venture Cup Väst slogs ihop med Venture Cup Sverige påverkat genomförandet? Hur säkras kopplingen till Västsverige?

Samarbeten och dialog

Hur fungerar samverkan med externa parter? Vilka relationer skulle ni säga att viktigast att bibehålla/underhålla?

Vilka mervärden ser ni av ett sådant koncept som Venture Cup? På vilket sätt kompletterar det regionala stödsystemet i stort?

Hur ser ni på den regionala spridningen? Inomregionala skillnader? Hur ser era ambitioner ut framgent avseende detta? Framgångsrika exempel? Hinder och utvecklingspotential?

Framtida arbete

I ett framtidsperspektiv, vad skulle du säga är viktigt att fokusera på för Venture Cup?

Samarbetspartners

Bakgrund

Hur länge har ni samarbetat med Venture Cup? Vad var anledningen till att samarbetet startade?

Genomförande och resultat

Hur ser ert samarbete med Venture Cup ut? Vad sker rent praktiskt? Kan du ge exempel på frågor ni samverkar kring?

Hur har samverkan utvecklats över tid?

Kan du ge exempel på vad samarbetet resulterat i?

Vilka mervärden ser ni av ett sådant koncept som Venture Cup? På vilket sätt kompletterar deras verksamhet det regionala stödsystemet i stort?

Organisation och bemanning

Har du några synpunkter på deras organisationsstruktur? Upplever du att 2021 års omorganisation där Venture Cup Väst slogs ihop med Venture Cup Sverige påverkat genomförandet på något sätt? Finns det fortfarande en stark koppling till Västsverige?

Samarbeten och dialog

På det stora hela, hur skulle du säga att samverkan med Venture Cup fungerar? En relation som är viktig att bibehålla/underhålla?

Har du någon synpunkt på den regionala spridningen? Något som bör prioriteras? Aktörer som saknas som vore värdefulla att involvera?

Framtida arbete

I ett framtidsperspektiv, hur skulle du önska att samarbetet med Venture Cup utvecklas?

Deltagande företag

Bakgrund

Hur kom ni i kontakt med Venture Cup? Vad var anledningen till att ni ansökte?

Har ni haft dialog med andra aktörer i stödsystemet under utvecklingen av ert företags utveckling? I vilket skede?

Tävlingsprocessen och dess betydelse

Hur upplevde ni deltagandet i Venture Cup? På vilket sätt var ert företag involverat i tävlingsprocessen?

Kan ni peka på några direkta resultat av tävlingen? Ökad synlighet? Bestående kontakter?

Vilka mervärden ser ni av ett sådant koncept som Venture Cup? Har ert deltagande i Venture Cup på något sätt påverkat eller varit avgörande för hur ert företag/er idé har utvecklats i det längre perspektivet?

Organisation

Hur upplevde du organisationen kring Venture Cup?

Ser du ytterligare aktörer som vore värdefulla att involvera i tävlingsprocessen?

Framtida arbete

Har ni tips på hur Venture Cup kan vidareutvecklas?