

Om kommunikationspraksis i nogle danske erhvervsnetværk

ELYK Working Paper 4

Udarbejdet af Simon B. Heilesen og Niels Henrik Helms

© Heilesen og Helms 2010

Roskilde

Udgivet af Knowledge Lab

ISBN 87-992880-8-7 978-87-992880-8-3 EAN 9788799288083

Link til e-udgave:

www.elyk.dk

Indholdsfortegnelse

1.	Baggrund for undersøgelsen	4
2.	Netværkene	5
3.	Medier i Kommunikation	7
4.	Hyppighed og karakter af kommunikationen	10
5.	Motivation til at deltage i netværkets kommunikation	12
6.	Hvad savnes?	13
7.	Litteratur	14
	Bilag A Spørgeramme til ELYK- FOU2-projektet	15
A.1	Baggrund	15
A.2	Spørgeguide	16

1. Baggrund for undersøgelsen

ELYK-projektet (<http://www.elyk.dk>) har til formål at udvikle nye måder at kompetenceudvikle medarbejdere i små og mellemstore virksomheder (SMV) i yderområderne i Danmark – nærmere bestemt i Region Sjælland og Region Syddanmark. Dette skal ske dels gennem udvikling og facilitering af klynger af SMV i et netværk mellem virksomheder, viden- og uddannelsesinstitutioner, dels gennem etablering af udviklings- og forskningsprojekter i et netværk af SMV.

Nærværende undersøgelse er foretaget for at etablere et forståelsesgrundlag for arbejdet med at udvikle og facilitere klynger i de to regioner. Der er tale om en forundersøgelse, hvis mål er at skitsere den aktuelle anvendelse af digital kommunikation i netværk for danske små og mellemstore virksomheder i yderområder.

Grundlaget for rapporten er syv semi-strukturerede interviews med ledere af forskellige netværk, som direkte eller indirekte betjener små og mellemstore virksomheder. Fire af informanterne repræsenterer netværk øst for Storebælt, de tre øvrige er lokaliseret på Fyn. Interviewene fandt sted mellem december 2009 og marts 2010, og de er gennemført dels som telefoninterviews og dels som møder, hver af ca. en times varighed. Spørgerammen for interviewene er gengivet i Bilag A.

Undersøgelsen giver sig ikke ud fra at være repræsentativ for danske erhvervsnetværk, og fordi den begrænser sig til nøglepersoner eller ledere af netværk, går den ikke i dybden, hverken med virksomhedernes oplevelse af netværkene, eller virksomhedernes kommunikationspraksis som sådan. Formålet er alene at skabe et indtryk af den aktuelle udbredelse af netbaseret kommunikation, samt af arten af den – for med dette udgangspunkt at kunne tilrettelægge forsøg med udbredelse af netbaseret kommunikation i netværk og klynger

2. Netværkene

Dette afsnit introducerer ganske kort og i anonymiseret form de syv netværk, som indgår i undersøgelsen. Ingen af disse netværk samarbejder i skrivende stund med de øvrige netværk.

"A" har eksisteret i sin nuværende form siden 1999, men har sin oprindelse 15 – 20 år tilbage i tiden. "A" har til formål at medvirke til udvikling af det eksisterende erhvervsliv samt at tiltrække nye virksomheder, investeringer og kapital. "A" kæmper også for lokale mærkesager og udfører i et vist omfang lobbyisme. Deltagende kommuner betaler et fast beløb pr. borger, mens øvrige deltagere betaler et fast grundbeløb. Deltagere optages efter henvendelse, men "A" kontakter også virksomheder og tilbyder medlemskab. "A" er medlem af et iværksætternetværk og driver selv to netværk. "A" rådgiver og informerer medlemmerne om drifts- og udviklingsopgaver, juridiske forhold mm. gennem kurser, konferencer, medlemsarrangementer, erhvervsekskursioner, et medlemsblad websted og nyhedsbreve. Møder og arrangementer finder sted hver anden eller tredje uge, men der er løbende, daglig kontakt til de medlemmer, som kontakter "A".

"B" startede i efteråret 2009 med ansættelse af leder og personale og åbnede officielt i foråret 2010. "B" er en regional samarbejdsplatform for arbejdet med energi- og klimaløsninger hos kommuner, erhvervsliv og forskningsinstitutioner. "B" arbejder for viden- deling, fremme af grønt erhvervspotentiale (med fastholdelse af arbejdspladser), samt "klimasmart handling" (dvs. energirigtige løsninger). Finansieringen har indledningsvis hvilet på tre kommuner med støtte fra EU's Strukturfond og Vækstforum samt Regionen. I alt 17 kommuner på Sjælland, Lolland og Falster deltager nu i "B". Under "B" etableres et antal klynger med udgangspunkt i en konkret problemstilling inden for klima og energi. De vil omfatte kommuner som står med eller har løst det givne problem, virksomheder der kan være med til at løse problemet; relevante uddannelsesinstitutioner og forskere; og gerne også ildsjæle, som arbejder med problemet. Deltagere optages via invitation, men der foregår ikke nogen form for screening – alle kan deltage. Fire klynger er under etablering. "B" har endvidere gennem spørgeskemaundersøgelser kortlagt kommunernes kompetencer, strategier og handlingsplaner. Det er endnu for tidligt at vurdere aktivitetsniveauet.

"C" er et udviklingsselskab, der formidler viden og information om et stort anlægsprojekt og tilknyttede aktiviteter, samt koordinerer regionens og kommunernes indsats i forhold til projektet. "C" har eksisteret som netværk (lobby-gruppe) siden 1995. Det fik selskabslignende struktur pr. 1. januar 2007 og startede sit virke for alvor 1. januar 2009. Det daglige arbejde varetages af et sekretariat. I netværket deltager ni kommuner, samt LO og Dansk Industri. Aktivitetsniveauet i netværket betegnes som højt. Der er ikke direkte kontakt til virksomhederne (den går gennem erhvervsrådene), men henvendelser besvares dog løbende. "C" agerer imidlertid i forhold til virksomhederne gennem projekter. Således iværksættes nu et kompetenceudviklingsprojekt for regionens virksomheder, målrettet SME, hvor erhvervsrådene kontakter og screener de virksomheder, der tænkes inddraget. "C" vedligeholder på sit websted et arkiv over relevante dokumenter om anlægsprojektet, udgiver et nyhedsbrev, samt udsender en informationsavis i 250.000 eksemplarer.

"D" blev etableret som erhvervsdrivende fond i 1988 og gik i drift i 1990. "D" er et erhvervsfremmecerter inden for jordbruget og dets følgeindustrier, agroindustrien og den miljøteknologiske industri. "D" finansieres af projektmidler, af medfinansiering fra deltagende virksomheder, af indtjening på jord og af udlejning. Under "D" er etableret en række netværk og klynger, betegnet RFA-grupper, landmandsgrupper og producentgrupper. De forskellige netværk er ikke umiddelbart sammenlignelige i struktur og aktiviteter. Deltagere er virksomheder (herunder landbrug), men kan også omfatte kommuner. Aktiviteterne omfatter typisk møder og kommunikation med henblik på videndeling og videns- og produktudvikling. Hyppigheden af aktiviteter varierer fra gruppe til gruppe, fra en gang om ugen til to til tre gange om året.

"E" er startet i år 2000 og er en upolitisk forening, der har til formål at synliggøre og markedsføre regionale råvarer, producenter og spisesteder, herunder at skabe en national bevidsthed om Sydfyn som et kulinarisk område. "E" er et projekt finansieret af Ministeriet for Fødevarer, Landbrug og Fiskeri, Velfærdsministeriet, samt af medlemmerne selv. Medlemskab er i princippet åbent for alle: private, virksomheder og organisationer, men ansøgere screenes, inden de optages. "E" afholder gerne fire årlige arrangementer, blandt andet en fødevareremse, hvor der i 2010 forventes at deltage godt 100 udstillere. Bestyrelsen mødes 8 – 10 gange om året.

"F" startede i efteråret 2007. "F" har til formål, at afdække muligheder for erhvervsfremme i det sydfynske område inden for maritime virksomheder eller maritimt relaterede virksomheder og organisationer. "F" er et projekt finansieret af SIMAC, Sydfyns Udviklingsamarbejde IS (SUS), KnowledgeLab SDU, Svendborg Kommune samt, som hovedbidragyder, Region Syddanmarks Vækstforum. Netværket består 1) af en styregruppe med repræsentanter for de finansierende organisationer samt repræsentanter for Svendborg Kommune; 2) af fem til ti organisationer og enkeltpersoner med en løser tilknytning; samt 3) en potentiel deltagergruppe på op imod 300 virksomheder. Deltagere optages via kontakt med netværkets tovholder. Aktiviteterne i netværket består dels af ni til ti årlige styregruppemøder; dels af interviews og møder (personligt eller pr. telefon) med virksomheder. Der er til dato taget ca. 50 sådanne kontakter.

"G" startede i 2008 og repræsenterer et netværk under opbygning. "G" har til formål at skabe kompetenceudvikling i de enkelte virksomheder for derved på sigt at skabe arbejdspladser. Projektet repræsenterer et samarbejde mellem seks kommuner. Region Syddanmark har bidraget til en forundersøgelse, og Det Syddanske Vækstforum forventes at deltage, efterhånden som projektet realiseres. Potentielle deltagere i netværket er enkeltpersoner, virksomheder, organisationer, samt offentlige institutioner (herunder uddannelsesinstitutioner). Indtil videre har projektet taget kontakt med ca. 60 virksomheder, som forventes at danne grundstammen i netværket. Øvrige deltagere bliver optaget ved henvendelse. Aktivitetsniveauet forventes at blive moderat med netværksmøder ca. hver anden måned og med en hyppigere elektronisk og telefonisk kommunikation alt efter behov. Den indledende aktivitet bliver et kompetenceudviklingsprojekt. Senere følges op med andre projekter og med e-læringsinitiativer.

3. Medier i Kommunikation

Anvendelsen af medier i netværkenes kommunikation, eller mere præcist opfattelsen af mediernes betydning, er forsøgt summeret i nedenstående skema. Som det fremgår af noterne til skemaet, er det ikke i alle tilfælde til at skelne klart mellem aktuel brug og intenderet brug. Intenderet brug, hvad enten det drejer sig om planer for et endnu ikke implementeret netværk eller om et ønske om at rette op på aktuel praksis, er også registreret i skemaet, sådan som informanterne har tolket mediernes betydning. På denne måde er søgt opnået et samlet billede af informanternes opfattelse af, hvilke medier, der er væsentlige for dem i den aktuelle arbejdsituation.

Besvarelserne synes i nogen grad at være farvet af informanternes personlige holdninger til teknologi. Dette har ikke betydning for kortlægningen af hvilke medier, som er i anvendelse, men måske nok for vurderingen deres anvendelighed. Generelt er holdningen til IKT imødekommende, men der er nuancer. I den ene ende af spektret er der den midaldrende mand, som efter at have erklæret, at midaldrende mænd i organisationer ikke gider at benytte videokonferencer, personligt tilslutter sig denne opfattelse og siger, at han selv foretrækker fysiske møder frem for medieret kommunikation. I den anden ende af spektret er der lederen, der opfatter sig selv som teknologisk frontløber med pligt til at motivere medarbejderne til at anvende nye former for teknologi, og som lidt resigneret konstaterer, at man er nødt til at tilpasse teknologien til de folk, man omgiver sig med for ikke at "smide penge ud af vinduet".

Med en enkelt undtagelse har informanterne en eller anden baggrund i kommunikationsarbejde, og de forekommer naturligt interesserede i at tilrettelægge og udvikle kommunikation (baggrund som bl.a. kommunikationsmedarbejder ved Ingeniørhøjskole, medarbejder i management-firma, konsulentfirma og dagblad, erfaring fra tidligere projekter)

I kort, summeret form fordeler besvarelserne på spørgsmålet, "Hvordan foregår kommunikationen i netværket?" sig som vist i Figur 1.

Helt overordnet kan det konstateres, at den elektroniske kommunikation som sådan ikke er den bærende del af noget af de undersøgte netværk. I samtlige netværk er den interpersonelle kommunikation i form af møder i grupper eller på tomandshånd den væsentligste og den mest værdsatte. I den forbindelse skal det naturligvis konstateres, at samtlige undersøgte netværk er startet som konventionelle, fysiske netværk, hvortil efterhånden er føjet kommunikationsmuligheder via et internetværk.

Betoningen af betydningen af det fysiske møde er enstemmig, og med nuancer tillægges den kvaliteter, som ingen medieret kommunikationsform synes at kunne matche. Informanten, som ikke vil benytte videokonference, taler således om, at medieret kommunikation er en "udvandet" form for samvær, og at tilstedeværelse og ikke mindst kropssprog er afgørende for at fremstå som seriøs. En anden informant fremhæver, at det fysiske møde er afgørende for at skabe tillid mellem parterne, ikke mindst i begyndelsen af et forløb. En tredje er inde på det samme og anviser fælles madlavning og hygge, hvor man udstiller sig selv lidt og tør grine, som en praktisk måde at opbygge tillid og nedbryde de barrierer af reservation, som kan hæmme netværkssamarbejdet. En fjerde lægger vægt på uforpligtende, hyggeligt samvær, som ikke er styret af opgaveløsning.

	Vigtig	Nogen brug	Mindre vigtig	Benyttes ikke
Fysiske møder	A, B, C, D, E, F, G			
Brevpost		B, C	A, D, E, F, G	
Telefon	A, B, E ¹¹	D, C, F, G		
Telefax			A	B, C, D, E, F, G
e-mail	A, B, C, D, E, F, G			
Websted	A, B ² , C	D ⁴ , E ¹¹ , F ⁸ , G ¹⁴		
Åbne fora	B ²		F ⁹ , G	A, C ¹² , D, E
Lukkede fora	B ² , G ¹⁴		A ¹	D ⁵ , C ¹³ , E, F
Chat				A, B, C, D, E, F, G
Skype, IP-tlf.			G	A, B ³ , C ⁷ , D ⁷ , E, F ¹⁰
Videokonf.			A, D ⁶	B, C, E, F, G

Tabel 1.

Noter til Tabel 1

1. "A" har udviklet men endnu ikke implementeret Clubsites, et Facebook-lignende virtuelt netværk med bl.a. blog-funktioner.
2. På interview-tidspunktet var websted og tilhørende forum samt åben blog under opbygning. Der er planlagt omfattende brug. I webstedet vil indgå et interaktivt Climate Action Map, og der skal indlejres videoindslag.
3. Mulig anvendelse fremgår ikke af interview.
4. En række websteder har tilknytning til "D". Betydningen af dem varierer, men som væsentligt fremhæves deres funktion som "appetitvækker".
5. "D" har på et tidspunkt haft et intranet, men har haft vanskeligt ved at få det til at fungere.
6. "D" har benyttet videokonference med ISDN-forbindelse og fundet løsningen for dyr. Der er nu installeret fibernet, og anvendelsen revurderes.
7. Benyttes privat.
8. Websted er etableret. Betydningen af dette fremhæves dog ikke.
9. Diskussionsforum etableret. Bruges uhyre lidt.
10. Kender mediet, som er "brug en enkelt gang".
11. Grad af anvendelse fremgår ikke klart af interview.
12. "C" er ved at opbygge en frit tilgængelig wiki.

13. "C" er ved at opbygge et intranet, som skal benyttes af fem arbejdsgrupper. Skal primært benyttes som arkiv. Diskussionsforum indgår ikke.

14. "G" har endnu hverken eget websted er netbaseret forum.

Nye medier anvendes i netværkene, fordi de er nyttige. De enten supplerer eller, sjældnere, erstatter konventionelle medier, det sidste nok især dér hvor teknologien kan spare tid og penge og samtidig er meget udbredt. Webstedet er således blevet netværkets (og virksomhedernes) visitkort, brochure, opslagsværk og arkiv, et effektivt middel for "afsenderen" til at profilere sig i forhold omverdenen, og for brugerne en bekvem adgang til at søge information.

Det er ligeledes klart, at e-mail i ganske væsentlig grad har erstattet konventionel brevpost, ligesom e-mail nok også i nogen grad har erstattet telefonen. Et enkelt netværk har en politik for at besvare alle henvendelser (uanset i hvilken form) pr. e-mail (B: 263-269), hvilket klart nok bidrager til at sikre en disciplineret og dokumenterbar kommunikation. I et andet netværk besvares henvendelser konsekvent i det medie, henvendelsen fremsendes i. Mere bredt kan man argumentere for, at der finder en fleksibel anvendelse sted af brevpost, e-mail og telefon, alt efter hvad situationen lægger op til.

Adgangsbeskyttede diskussionsfora forekommer kun attraktive for de to netværk, der er under opbygning og som endnu ikke har udviklet en færdig kommunikationskultur. Den forholdsvis kontante og samstemmende afvisning i øvrigt af andre netbaserede kommunikationsformer, såsom chat, fora, blogs, wiki, mm., ledsages i interviewene af flere eksempler på negative erfaringer med sådanne former for kommunikation.

"F" har således en blog, som ingen bruger, selv om informanten har forsøgt at skabe diskussion. I "D" har man observeret, at diskussionsfora har en tendens til at dø ud, med mindre der afsættes ressourcer til en "indpisker", som konstant overvåger og bidrager med nyt. I denne samtale rejses også tvivl om, at deltagerne har motivation og disciplin til at holde et netbaseret diskussionsforum gående. "A" pointerer, at med en overflod af informations- og netværkstilbud i en stadig mere fortravlet hverdag skal der være indlysende udbytte for den enkelte, hvis hun eller han skal bruge tid på at deltage i et netværk. "C" ønsker ikke diskussionsforum på eget intranet og er tillige tøvende over for at etablere en frit tilgængelig wiki. Begge teknologier afvises med den begrundelse, at det kræver ressourcer løbende at vedligeholde tjenesterne.

Informanten, som ikke har kommunikationsbaggrund, og som repræsenterer det mindst digitalt udbyggede af netværkene, giver udtryk for skepsis over for netbaseret kommunikation i almindelighed. Hvis man således bad informantens medlemmer om at bruge Skype, ville de angiveligt svare: "Nu stopper legen! Mine æbler gror, og *du* holder din kæft!" Netværkets medlemmer, der er erhvervsdrivende, primært producenter, fremstilles som "travle mennesker, og de er ikke så meget på computeren, som vi andre er". På spørgsmålet, om netværket ville kunne bruge et netbaseret forum, er svaret, at nogen måske nok vil forsøge sig, mens andre nok "ikke gad spilde deres tid på det" – uddybet med, at udbyttet nok ikke ville stå i rimeligt forhold til indsatsen.

4. Hyppighed og karakter af kommunikationen

I interviewene er der blevet spurgt til, hvor hyppigt informanterne modtager, reagerer på og selv tager initiativ til kommunikation i deres netværk; samt hvad det er for en form for kommunikation, der finder sted. De fleste af svarene på denne gruppe af spørgsmål lader sig ikke generalisere, fordi der er store forskelle på udbygningsgraden, organiseringen, karakteren og alderen af de netværk, som beskrives.

Hvad der godt kan generaliseres er responstiden, idet informanterne er ganske enige om, at henvendelser skal besvares hurtigt. Et enkelt netværk har en 24-timers grænse for, hvor længe man må vente på at få svar (B: 236-237). Det fremgår af interviewene, at informanterne i deres besvarelse især tænker på spørgsmål/svar-udvekslinger og ikke på bred diskussion i netværket – en form for kommunikation der ikke synes udbredt. En form for udveksling finder imidlertid sted, når der kommer en henvendelse, som eksperten/koordinatoren i netværket ikke umiddelbart kan besvare og derfor ekspederer videre ud i netværket for at finde en deltager, som har viden om emnet (D: 540-551; A: 326-328). I en lidt anden sammenhæng (opsøgende virksomhed) betegner et par af informanterne sig som "formidlingscentral". Den ene fordi han under møder sommetider er i stand til at henvise til andre kontakter, som han har drøftet et givet emne med (F: 247-255). Den anden ikke blot henviser, men deltager også aktivt i at bringe parterne sammen ansigt til ansigt (E: 303-305).

Hvad angår aktivitetsniveauet kan som yderpunkter nævnes *Kirsebærgruppen* og *Fødevarerplatform Region Sjælland*. Kirsebærgruppen er et eksempel på et netværk, eller en erfa-gruppe, med en begrænset tilgang af medlemmer og et jævnt faldende aktivitetsniveau. Gruppen blev dannet for at samle landmænd, som ikke havde erfaring med, men gerne ville påbegynde en kirsebærproduktion. De ca. 25 deltagere i netværket fik rådgivning om dyrkning og økonomi, der blev i fællesskab tegnet kontrakt med en aftager, der foregik et praktisk samarbejde, hvor deltagerne lærte af hinanden, og der blev etableret et forum for efterfølgende at besvare spørgsmål af fælles interesse. I begyndelsen af sin levetid havde gruppen et relativt højt aktivitetsniveau. Men det er nu sunket til en to til tre årlige kontakter, bl.a. et fysisk møde, hvor man taler om, hvordan året er gået.

Fødevarerplatform Region Sjælland (<http://www.foedevareplatform.dk>) blev etableret i 2008 som et samarbejde mellem 41 virksomheder og 48 aktører fra forsknings- og uddannelsesinstitutioner, brancheorganisationer, landboforeninger, erhvervsråd og kommuner (Andersen, 2009). Fødevarerplatformen skal sikre et tværgående samarbejde mellem aktører inden for området fødevarer og fødevarerudvikling og desuden kortlægge potentielle fødevarerklynger. Deltagerne er forpligtet til at deltage i det koordinerende arbejde. Netværket har en sekretariatsleder, en bestyrelse, en tilknyttet klyngeekspert og en sekretær/webmaster. I dette netværk anslås der at være ugentlig aktivitet, som omfatter udsendelse af nyheder, information om møder, workshops mm.

Et enkelt (kommende) netværk har defineret en politik for hyppigheden af aktivitet i netværk, idet der skal kommunikeres så ofte som muligt, og det konstateres, at fjorten dages tavshed ikke vil være acceptabelt (B: 227-228). Sådant aktivitet kan omfatte elektronisk kommunikation, men det kan også være en telefonsamtale eller "at lægge vejen forbi". Ellers er der meget tale om kommunikation efter behov, dvs. dels at travle perioder veksler med stille perioder, og dels at faste aktiviteter såsom nyhedsbreve,

mødeindkaldelser og -referater anslår en rytme og leverer hovedindholdet i kommunikationen. Den modsatte opfattelse kommer også til orde i udsagn om, at virksomhederne har for travlt til at holde fysiske møder for at småsludre. Der skal være et klart mål med og et konkret indhold i de fysiske netværksmøder, og man skal være varsom med at holde for hyppige møder (G: 264-269; 464-467).

En enkelt informant anslår, at måske 30 % af netværksdeltagerne selv er aktive på en eller anden måde (A: 342-345), men påpeger samtidigt, at det er meget vanskeligt at definere størrelsen "aktiv". Man kan sådan set også være aktiv ved at deltage som læser og modtager i netværket, ligesom det er en definitionssag, om en personlig henvendelse til netværkskoordinatoren er en netværksaktivitet eller ej.

Blandt informanterne udtrykker flere en vis reservation over for overdreven eller nærmere kritikløs kommunikation i netværk. Det er for let at sende "svar til alle" på en e-mail og dermed skabe "forurening" hos de mange modtagere, som dermed trækkes ind i kommunikationen (D: 586-590). Der kommer masser af e-mails på en dag, og "misbrug" i form af spam og småsnak drevet af kedsomhed er ikke velkommen (A: 313-315).

Ansvaret for at der foregår kommunikation i netværket, samt at der er hjælp at hente, påhviler i alle de undersøgte netværk en centralt placeret medarbejder. Det kan være en projektleder med ansvar for netværket, en klyngekonsulent, en udvalgsformand, eller en sekretær.

5. Motivation til at deltage i netværkets kommunikation

I denne gruppe spørgsmål er der spurgt ind til behov for informationer, ønske om at dele viden, ønske om at være med til at udvikle viden, samt mulighed for at udvikle og opretholde kontakter. Desuden er informanterne blevet bedt om at give nogle eksempler. Informanterne betoner vigtigheden af alle fire emner. Det gælder ikke mindst det første, idet behovet for at få informationer synes at være en af grundpillerne i netværkene. Nyhedsbreve, information om møder og konferencer, samt faglige nyheder fra ind- og udland hentet rundt om på internettet distribueres hyppigt gennem netværkene.

Lidt mere problematisk forholder det sig med videndeling, hvor der inden for en del brancher vil være konkurrencehensyn at tage, mens der fx inden for landbruget eksisterer en gammel tradition for at dele erfaringer. En informant lægger en brochure på bordet med titlen "Vi deler gerne vores viden" (Agro Valley, 2009) og fortæller, at der i de senere år er opstået en mentalitetsændring, således at der nu er voksende forståelse for, at man må åbne op og være villig til at dele, hvis man vil have noget igen. Et par andre informanter tilslutter sig vigtigheden af at arbejde med holdningerne til videndeling. Et af midlerne til at videndele er at afholde workshops, hvor der arbejdes mod fælles løsninger, og hvor netkomponenten består i videreformidling til alle af workshopens resultater. Som en mere uforpligtende form for videndeling nævnes udveksling af erfaringer om formalia såsom kontrakt- og ansøgningsformularer. Dog påpeger en af informanterne ud fra erfaring med netværksarbejde, at erfaringsudveksling ikke i sig er tilstrækkeligt til at holde et netværk i gang, samt at erfaringsudvekslingen er tilbøjelig til hurtigt at tørre ud, medmindre netværket har en aktiv og idérig facilitator (G: 469-473).

Udvikling af viden anses ikke som et mål i sig selv. En informant fremhæver, at den kun giver mening, når der er et praktisk mål og en nytteværdi – "vi vil se nogle rygende skorstene, altså" – og samtidig tager afstand fra den universitære viden for videns skyld (D: 647-657). En anden informant fremhæver, at motivationen afhænger af, om resultatet er synligt på deltagernes bundlinjer, og som eksempel nævnes udvikling af møllevingeproduktion, hvor det giver mening for flere virksomheden at samarbejde for at kunne løfte opgaven (A: 380-386).

Endelig er der generel enighed om betydningen af at udvikle og fastholde kontakter. I den sammenhæng er der også i en del af interviewene blevet spurgt til anvendelse af generelle sociale netværk spændende fra det professionelle LinkedIn til det meget private Facebook. Disse værktøjer er ikke i brug i forbindelse med selve det professionelle netværksarbejde, men flere af informanterne har selv en profil på et eller flere af disse netværk. En enkelt informant er stærkt skeptisk over for denne form for sociale netværk, hvor "venskaber" yderst bekvemt og uforpligtende besegles med et enkelt klik. Samme person finder det også for ressourcekrævende i forhold til udbyttet at skulle benytte sociale netværk.

6. Hvad savnes?

Spørgsmålet, om der er noget, der savnes i det aktuelle kommunikationsunivers, er kun blevet besvaret konkret af en enkelt af informanterne. Dennes problem er overblik og koordination. Alle medarbejdere har henholdsvis en ekspertviden og et netværk af personer. Men da netværkene ikke er sammenfaldende, risikerer en henvendelse at blive besvaret af en medarbejder, som har en ringere viden om emnet end en af kollegerne, eller et spørgsmål risikerer at blive refereret videre til en person, som måske ikke er den bedst kvalificerede til at besvare det. Fælleskontaktlister bruges til at afhjælpe problemet, men informationen i dem er ikke righoldig nok. Der savnes den indsigt i personlige og faglige kompetencer, som opbygges gennem direkte kontakt mellem mennesker.

Hvad angår de øvrige informanter, og vel egentlig også den ovenfor nævnte, er det værd at bemærke, at ingen af dem klager over utilstrækkelig eller utidssvarende kommunikation i deres netværk, ligesom de heller ikke efterlyser mere eller mindre avanceret kommunikationsteknologi. Det er indtrykket, at de gennemgående ikke opfatter udfordringerne med at udvikle kvaliteten og intensiteten i netværkene som noget, der primært løses ved hjælp af teknologi.

7. Litteratur

Agro Valley Denmark. (2009). Vi deler gerne vores viden - og skaber grobund for bæredygtig udvikling. Holeby: Grønt Center.

Andersen, L. (2009). Statusrapport 2008. Holeby: Fødevareplatform Region Sjælland. (Grønt Center). Retrieved Jan 26, 2010, from http://www.foedevareplatform.dk/mediafiles/14/other/status_og_handlingsplan.pdf.

Bilag A Spørgeramme til ELYK- FOU2-projektet

A.1 Baggrund

Projektet ELYK (<http://www.elyk.dk>) handler om efteruddannelse af medarbejdere i små og mellemstore virksomheder i yderområder. Efteruddannelse baseret på e-læring og klyngedannelse. Målet med ELYK er at udvikle nye måder at kompetenceudvikle medarbejdere i små og mellemstore virksomheder i yderområderne i Danmark.

I projektet indgår en undersøgelse af, hvorvidt og hvordan digitale teknologier kan understøtte udviklingen af netværker og klyngedannelser i Region Sjælland og Region Syddanmark. I den forbindelse vil vi gerne interviewe deltagere i forskellige netværker i disse områder, herunder også dig.

Undersøgelsen vil fokusere på analyser af såvel de strategiske som praktiske forhold i netværkets (projektets) interne og eksterne relationer. Forløbet indbefatter blandt andet en afdækning af de nuværende kommunikationsmønstre.

Interviewet skal ses som en samtale, således at viden om dine erfaringer og konstateringer er vigtigere, end at hvert enkelt spørgsmål bliver besvaret specifikt.

Alle deltagere i denne afdækning interviewes med udgangspunkt i de samme spørgsmål.

Hvert enkelt interview bliver optaget for at sikre størst mulig udbytte ved den efterfølgende bearbejdning. Optagelsen opbevares af interviewerens, gengives ikke over for andre og slettes efter transskribering (det vil sige efter gennemskrivning).

Videregivelse af oplysninger og erfaringer fra interviewet vil ske i anonymiseret form.

Undersøgelsen af netværk og klyngedannelser gennemføres af Roskilde Universitet og Syddansk Universitet i samarbejde.

A.2 Spørgeguide

Generelle informationer	
Netværkets navn?	
Netværkets hjemmeside på WWW?	
Netværkets formål?	
Hvor længe har det eksisteret?	
Hvem finansierer netværket?	
Hvordan optages deltagere?	
Hvem er deltagerne? (Enkeltpersoner/ organisationer, offentlige/private)	
Hvad slags aktiviteter foregår i netværket?	
Hvor hyppigt er der aktivitet i netværket?	
Hvorfor deltager du i netværket?	
Din alder?	
Køn?	
Beskæftigelse?	

Medier i kommunikation				
Hvordan foregår kommunikationen i netværket? (skala 1-4, sæt kryds)	1 Vigtig	2 Nogen brug	3 Mindre væsentlig	4 Benyttes ikke
• fysiske møder	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• brevpost	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• telefon	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• telefax	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• e-mail	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• websted (hjemmeside)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• åbne diskussionsfora på nettet (indlæg i diskussionsfora, weblog, wiki)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

• diskussions-, samarbejds- og arkivsystemer, som kræver login?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• chat / Instant Messaging	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Skype (og mere generelt IP-telefoni)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• videokonference	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• andet (navngiv)				

Hyppighed og karakter	
Jeg modtager kommunikationen dagligt, ugentligt, eller sjældnere?	
Hvad slags kommunikation er der tale om? (beskriv relevante typer, fx debatindlæg, rådgivning, nyhedsbreve, indkaldelser, referater mm.)	
Jeg reagerer på kommunikationen i netværket dagligt, ugentligt, eller sjældnere? (svarer på e-mails, kommenterer andres indlæg, mv.)	
Hvad slags kommunikation er der tale om? (beskriv relevante typer)	
Jeg tager initiativ til kommunikation dagligt, ugentligt, eller sjældnere? (Rejser fx nye spørgsmål eller sender indkaldelser ud).	
Hvad slags kommunikation er der tale om? (beskriv relevante typer)	

Din deltagelse i kommunikationen (Skala 1-3, sæt kryds)	1 Vigtig	3 Mindre væsentlig	4 Benyttes ikke
Din motivation for at deltage i kommunikationen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Giv eksempler:			
Ønsker at dele viden?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Giv eksempler:			
Er med til at udvikle ny viden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Giv eksempler:			
Udvikler/opretholder kontakter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Giv eksempler:			

Kommunikationsansvar	
Hvem er efter din mening ansvarlig for at kommunikationen foregår?	
Hvem henvender du dig til, hvis der spørgsmål ift. kommunikationen?	

Andre kommentarer?

Er der noget du savner i jeres nuværende kommunikation?

Har du erfaringer fra andre kommunikationssammenhænge privat eller professionelt, som du synes kunne have relevans for dette netværk?

Kontaktpersoner: