

närings

SKÅNE – EN REGION FÖR ETT VÄXANDE NÄRINGS LIV

CHARLOTTA FALVIN, VD för TAT

– Bra innovationer har både teknikhöjd och koppling till marknaden

#2

MAJ/JUNI
2006

BEDÖMNINGAR AV KOMMUNALT FÖRETAGSKLIMAT OFTA FÖRVIRRANDE INNOVATIONS-STRATEGI FÖR SVERIGE OCH EUROPA REGERINGENS BUDGET GER MER TILL SMÅFÖRETAG EN RESA FRÅN IDÉ TILL LÖNSAM AFFÄR IDÉBÄRARE BEHÖVER AFFÄRSDRIVARE SMARTA IDÉER FÅR STÖD ATT VÄXA TRIPLE HELIX ETT SAMARBETE MELLAN FÖRETAG, MYNDIGHETER OCH FORSKARE IDÉ, KREATIVITET OCH INNOVATION HÅNGER IHOP KONSTEN ATT FÖRPACKA EN IDÉ INNOVATIONSFÖRMÅGAN HELT AVGÖRANDE FÖR LIVSMEDELSNÄRINGEN IK2 SAMLAR IDÉER STARKA STATLIGA AKTÖRER NYTT FRÅN NU 3 SNABBA KRÖNIKA



MALIN MALM

Informationsansvarig & Redaktör

Hur tar man tillvara människors hjärnkraft?

Innovationsstrategin för Sverige pekar på att "Sverige ska vara Europas mest konkurrenskraftiga, dynamiska och kunskapsbaserade ekonomi, och därmed ett av världens mest attraktiva investeringsländer för kunskapsbaserade företag". Det är stora ord som förpliktigar.

Professor Leif Edvinsson, 1998 utsedd till Årets hjärna i världen, menar att han ser ett allvarligt mönster i Sverige; vi tappar i användningen av vår hjärnkraft. Och för att kunna uppnå de fina orden i innovationsstrategin, behöver vi renovera samhällssystemen snarast, menar han.

Hur tar man tillvara människors hjärnkraft? Hur får man innovatören att växa? Hur skapar man en lönsam affär av den goda idén? Och vad kan det offentliga göra för att underlätta?

I förra numret av näring hade vi Entreprenörskap som tema. Detta nummer har Innovation. Skillnaderna mellan en entreprenör, innovatör och uppfinnare kan tyckas hårfina. Dock finns det något som är gemensamt – för att göra en lönsam affär av en god idé krävs ett team av olika människor och olika kompetenser. Samt förmågan att förpacka idén så att marknaden förstår nyttan av den.

Vi hoppas att numret ger en överblick av "Innovationskartan" och väcker en del tankar kring vad det är som egentligen gör en god idé till en lönsam affär och hur vi kan få människor att använda den gemensamma hjärnkraften till att utveckla vårt samhälle.



Det lokala klimatet

En studie av undersökningar som mäter företags- eller näringslivsklimat
Delrapport 1

LÄSVÄRT

Bedömningar av kommunalt företagsklimat ofta förvirrande

Årets tillväxtkommun. Årets företagarkommun. Bästa företagsklimat. Det pågår en ständig tävling om vilka kommuner som bäst gynnar företag. Bakom rankingen står utvärderingar gjorda av olika organisationer och media.

Det kan betyda både glädje och besvikelse att bli bedömd som kommun, men också viss förvirring. Vad ligger egentligen till grund för undersökningarna? Vilka är måttstockarna och hur kan kommunerna själva använda dessa i sitt arbete för att skapa ett gott företagsklimat?

Dessa frågor får svar i Region Skånes nya rapport "Det lokala klimatet – en studie av undersökningar som mäter företags- eller näringslivsklimat". Författare är Sirje Pädam, Tina Schagerström samt Jens Nilson på Inregia AB.

Syftet med rapporten är att förenkla för kommunerna att använda undersökningarnas resultat. Region Skåne vill ge bättre möjligheter för kommunerna att kunna förhålla sig till dessa olika värderingar, samt en hjälp till att kommunicera resultaten till politiker och massmedia. Idag

finns ingen vedertagen

definition av vad som

är ett bra företagsklimat och därför

är det svårt att göra värderingar och jämförelser.

Författarna menar att det är upp till kommunerna att själva välja hur de vill bedömas. Är det företagsutvecklingen eller företagsklimatet som ska mätas och är det nuvarande tillståndet eller utvecklingen föregående år? Här vill man förmedla några goda råd. Steg ett för kommunerna är att bestämma vad man vill och vilka ambitioner man har på området och därefter se hur man vill förhålla sig till de olika undersökningarna.

Framför allt anser författarna att topprankade kommuner bör jämföra sig med andra likartade kommuner när det gäller att försöka stanna kvar i toppen. De sämre rankade kommunerna bör hellre jämföra sig med sig själva och därmed bedöma sin egen utveckling år från år.

Rapporten är första steget i Region Skånes arbete med att utveckla bra instrument för att följa och värdera ett gott lokalt näringslivsklimat.

Rapporten finns att ladda ner på

www.skane.se/naringsliv

En resa från idé till lönsam affär

Det är lätt att svänga sig med uttryck som entreprenörskap, entreprenör, innovatör, innovativa idéer, såddfinansiering, kommersialisering, innovationssystem.

Vad betyder egentligen dessa begrepp? Är det inte i stort sett många ord för en och samma sak – resan till en lönsam affär?

Det handlar om att gå från uppfinningar till innovation, hävdar olika innovationsaktörer.

Orsaken är att patenterade uppfinningar ofta felaktigt jämförs med innovationer. Fokus måste istället koncentreras på att få fram produkter och tjänster som går att kommersialisera – inte bara patentera – för en köpvillig marknad.

Innovationer behöver ibland stöd och strukturer för att underlätta att ta steget från idé till verklighet. Ibland handlar det om nyskapande

tekniska lösningar. Ibland om bättre metoder, rationella sätt att utnyttja nya material eller kanske mer effektiv service.

Men innovation handlar nog till syvende och sist om summan av den kreativitet, strategi, marknadsanpassning, finansiering och stöd av offentliga och privata aktörer som till slut skapar en lönsam affär.

Häng med på Närings innovationsresa!

NORR OM ÅSEN

2010 ska Europa vara världens mest konkurrenskraftiga ekonomi.

Detta strategiska mål fastställdes av Europeiska Rådet vid mötet i Lissabon i mars 2000, den så kallade *Lissabonstrategin*.

Innovationsstrategi för Sverige och Europa

MÅLET ÄR ATT BLI världens mest konkurrenskraftiga och dynamiska kunskapsbaserade ekonomi, med möjlighet till hållbar ekonomisk tillväxt med fler och bättre arbetstillfällen och en högre grad av social sammanhållning. Den övergripande strategin vill bland annat förbereda övergången till en ekonomi och ett samhälle som baserar sig på kunskaper genom en politik som gynnar informationsområdet och forskning och utveckling.

Strategin betonar även att driva på den strukturella reformen för konkurrenskraft och innovation, fullborda den inre marknaden och gynna tillväxtprognosen genom lämpliga makroekonomiska åtgärder.

Innovativa Sverige

Under 2004 påbörjade regeringen strategin *Innovativa Sverige* som handlar om det långsiktiga tillväxtarbetet och anger en inriktning för de kommande årens arbete med att skapa ett starkt innovationsklimat i hela landet.

Genom en rad åtgärder och genom mer samverkan mellan politikområden, forskning, näringsliv och offentlig sektor ska

Sveriges innovativa förmåga stärkas.

Visionen är att Sverige ska vara Europas mest konkurrenskraftiga, dynamiska och kunskapsbaserade ekonomi och därmed ett av världens mest attraktiva investeringsländer för stora och små kunskapsbaserade företag. Världsledande kunskap ska frodas inom ett antal prioriterade forskningsområden. Ett väl utvecklat samspel mellan akademi, offentlig verksamhet, näringsliv och fackliga organisationer ska garantera en omfattande omvandling av kunskap till varor och tjänster. Såväl traditionell industri som nya branscher ska präglas av förnyelseförmåga. Företagens produktutveckling ska vara omfattande och snabb. Innovativa människor ska få både de företag som finns och de nya som kommer att växa. De offentliga investeringarna ska vara en drivkraft för innovationer och tillväxt.

Många av de åtgärder som syftar till att genomföra innovationsstrategin kan vidtas inom ramen för de regionala tillväxtprogrammen, som genomförs i hela landet perioden 2004 till 2007.

Läs mer på www.regeringen.se

Regeringens budget ger mer till småföretag

– Nyföretagandet är högre än på tjugo år. För att förstärka förutsättningarna för de nya företagen att växa genomför vi nu breda insatser för att främja tillgången på tillväxtkapital och utveckla rådgivningen i hela landet.

Så kommenterade näringsminister Thomas Östros i ett pressmeddelande, riksdagens tidigare beslut om regeringens budget, där drygt 2 miljarder SEK anvisats för näringslivsområdet under 2006. Totalt ökas satsningen på rådgivning och tillväxtkapital fram till och med utgången av 2008.

Regeringen har de senaste åren drivit innovationsstrategin "Innovativa Sverige". Under 2006 förstärks ytterligare möjligheterna att kommersialisera nya produkter och tjänster. Finansiering till innovationer får 10 miljoner kronor ytterligare per år 2007 och 2008. För att främja industriell utveckling i små och medelstora företag ökades anslaget till industriella utvecklingscentra (IUC) med 10 miljoner kronor per år för 2007 och 2008. Invandrade svensks företagsande får stöd på ytterligare 20 miljoner per år och Almis innovationsverksamhet stärks med 70 miljoner kronor per år.

Idébärare behöver affärsdrivare

TEXT MONICA THOMASSON

I diskussioner om affärsutveckling och affärsprocesser återkommer ofta orden "entreprenör" och "innovatör". Skillnaden dem emellan kan tyckas hårfin, men de båda skiljer sig väsentligt i ansvaret att skapa en lönsam affär.

Entreprenören är oftast en person som driver och utvecklar affärer och ser affärsmöjligheter där många andra ser problem. *Innovatören* kommersialiserar en ny produkt, vara eller tjänst som förändrar eller förnyar tillvaron för många. Många deltagare i processen leder tillsammans hela projekt fram till en *innovation*.

Ordet *innovation* kommer ursprungligen från latinets *invasio* som betyder förnyelse. Svenska Akademiens Ordbok (SAOL) slår fast att en

innovation står för införandet av en nyhet.

Vägen från en upptäckt i ett laboratorium till en kommersiellt marknadsanpassad produkt är oftast lång. Uppfinnaren är sällan lika bra på försäljning som produktutveckling och ofta behövs flera olika roller för en framgångsrik affär. På senare år har därför offentliga aktörer allt mer samordnat sina gemensamma resurser för att därmed förbättra möjligheten att skapa kommersiellt framgångsrika produkter och tjänster.

Sätt idén i rörelse
och skapa innovation

Upptäckandet
av en ny idé.

Kreativitet

Strategi

Analysen gällande
idéns uniktet och
användbarhet.

Innovationer förnyar, effektiviserar och skapar lönsamma affärsidéer. Men innovativa idéer behöver stöd, stimulans och ekonomiska förutsättningar för att kunna växa och nå en större marknad.

Smarta idéer får stöd att växa

TEXT MONICA THOMASSON

IDAG TALAR DÄRFÖR de etablerade bidragsgivarna mer om att på olika sätt stödja innovativa, dynamiska och öppna *processer* jämfört med att inordna företag, bidragstagare och innovationer i ett statiskt *system*. Samordnat stöd till innovationsprocesser är därför en viktig förutsättning för tillväxt.

Välorganiserade samarbeten mellan universitet, högskolor, näringsliv, kommuner och regionala aktörer som Region Skåne, ALMI och Länsarbetsnämnden ger allt fler projekt, initiativ och affärsidéer möjlighet att utvecklas kommersiellt.

Genom att dessutom sammanföra riskkapital med forskning och kompetens skapas hållbar ekonomisk växtkraft för hela regionen. Ett exempel är den nya regionala riskkapitalfonden *Teknoseed II*, där Region Skåne, statligt ägda bolaget Innovationsbron Syd AB, Ikano Investments och Sparbanken Finn tillsammans inledningsvis bidragit med totalt 50 miljoner kronor. Dessa pengar ska användas till såddfinansiering, det vill säga finansiering i tidigt skede där andra aktörer och riskkapitalister sällan stöttar affärsutvecklingen.

Pengar från staten

Det offentliga finansiella stödet till utveckling av innovationer kanaliseras från Näringsdepartementet och Kultur- och utbildningsdepartementet. Via de båda statliga myndigheterna Vinnova och Nutek går pengarna vidare till dels statliga bolagen Innovations-

bron och ALMI, dels regionala skattefinansierade aktörer som Region Skåne.

Man kan säga att Region Skåne därmed hanterar och tar beslut om Näringsdepartementets regionala innovationspott av pengar som gäller för Skåne. Näringslivsutveckling, Region Skåne hanterar i sin mångmiljonbudget för innovationsstöd bland annat medel till aktören ik2 som arbetar med att stödja öppna innovationsprocesser.

I systemet finns även så kallade *inkubatorer* som också finansieras med statliga och regionala skattemedel. Tolv inkubatorer ingår i det nationella inkubatorprogrammet NIP som drivs av Innovationsbron Sverige. Skåne har fyra inkubatorer – Minc, Krinova, Ideon Innovation, Medeon – med syftet att stötta entreprenörer och innovatörer med aktiv och anpassad managementsupport, finansiella, tekniska och kommersiella nätverk samt en kreativ tillväxtmiljö med tillhörande kontorservice.

Till detta kommer *specialiserade stödaktörer*, till exempel specialinriktade *nätverk* som Kooputveckling, IFS, Ideon Agro Food med flera, samt *kluster* som består av representanter från både lokalt näringsliv och generella aktörer. Exempel på framgångsrika skånska kluster är bland annat "Innovation i Gränsland" som arbetar med att öka innovationstakten och skapa högre förädlingsvärden i den skånska livsmedelsnäringen.

Det här är en viktig insikt tycker många som verkar i innovativa miljöer, till exempel universitet och industriutveckling i företag. Allt för många aktörer skapar lätt förvirring. Därför försöker dessa aktörer att allt mer diskutera, prioritera och tillsammans styra det offentliga skattefinansierade stödet till projekt som kan generera vinster.

Ett effektivt *innovationssystem* handlar därför om att ta ett samlat grepp för att

skapa en effektiv arbetsmodell som gynnar innovativa affärsidéer och *innovativa processer*. Detta bygger på ett starkt engagemang från samtliga aktörer i ett *Triple Helix* samarbete mellan näringsliv, forskning och samhälle där risken för dubbelfinansiering och dubbelarbete ska minimeras.

Källa: Slutrapporten för ik2-projektet "Innovation och Mångfald", december 2005.

"Innovation is the profitable implementation of strategic creativity".
Elaine Dundon's definition av innovation, hämtad ur boken *The seeds of innovation*.

Implementering

Att sätta den unika och användbara idén i rörelse och testa den i verkligheten.

Lönsamhet

Maximeringen av den unika och användbara idéns adderade värde.

Källa: Handboken "Idéagenten" från Idélaboratoriet.

Triple Helix

Ett samarbete mellan företag, myndigheter och forskare

TEXT MONICA THOMASSON

TRIPLE HELIX ÄR EN väl beprövad arbetsmetod för att stimulera utveckling och tillväxt och bygger på ett målinriktat och obyråkratiskt samarbete mellan företag, myndigheter och forskare där man snabbt kan skapa, pröva och förverkliga nya idéer.

I samspelet mellan dessa tre parter finns grunden för utveckling och tillväxt. Idéerna ska utvecklas hela vägen till färdiga produkter, men verklig tillväxt skapas först när innovationer blir lönsamma med långsiktigt konkurrenskraftiga produkter och företag.

Triple Helix fokuserar främst på företag och idéer som ligger långt fram inom den tekniska utvecklingen och därmed har stor potential för tillväxt. För företag som redan arbetar med en väl beprövad teknik kan det istället handla om att finna nya tillämpningar, effektivare produktionsmetoder och att utveckla affärer på nya marknader.

Innovationsbron Syd är en affärslänk mellan skånska småföretag och skånska högskolor och universitet. Ett exempel på väletablerat skåniskt innovationssystem är samarbetet mellan Innovationsbron Syd, Region Skåne, Lunds universitet och andra finansiella aktörer, där insatserna ofta riktas mot företagen i skånska forsknings- och företagsbyar, bland annat Ideon Science Park.

På Innovationsbrons hemsida förklaras på ett enkelt sätt hur Triple Helix metoden hänger ihop: "Det svenska högskolesystemet har två basala uppgifter, undervisning och forskning. Dessutom finns en "tredje uppgift", att samverka med omgivande samhälle. Inom högskolan finns en betydande kunskapsmassa, som ständigt utvecklas och är en värdefull resurs för de som förstår att utnyttja den."

Idé, kreativitet och innovation hänger ihop

Det är idésug på marknaden och massmedierna både rapporterar om framgångsrika innovationer och debatterar regionens innovationsmöjligheter. Tre begrepp dyker ofta upp i debatten – idé, kreativitet, innovation. Men det finns fler innovativa begrepp.

Idé

Ordet idé kan betyda en mängd olika saker: mål, åsikt, tanke, mental bild, koncept, plan. En idé är den minsta delen i affärsutvecklingen. En idé skapar orientering och anger riktning för tanken.

Uppfinning

Till skillnad från idén är en uppfinning resultatet på lösningen av ett problem, till exempel i ett forskningslaboratorium.

Kreativitet

Idéer kan födas ur kreativa processer. Ordet har sitt språkliga ursprung i det latinska ordet *creos*, som betyder att skapa och att bringa till existens. Skapandet och skaparkraften hos individer är mångbottnad och svår att definiera. Ordböckerna anger ofta två riktningar – dels en förmåga (något man kan lära sig) och dels en kvalitet (något man är). Kreativiteten är en mänsklig råvara.

Innovation

En kreativ process leder till att idéer skapas. En innovation är ett organiserat, strategiskt och kreativt arbete som i slutändan förverkligas och når mätbara resultat. En innovation kan vara en kommersialiserad uppfinning.

Innovationssystem

Ett innovationssystem är de relationer mellan individer och organisationer som tillsammans blir ett kraftfält för skapandet av innovationer.

Innovationsprocess

En innovationsprocess är innovationens meningsskapande kontext – den kunskap som processen förutsätter. En mångfald kompetenser i varje fas och ett utbyte av idéer och innovationer mellan olika aktörer i varje fas.

Källa: Handboken "Idéagenten" från Idélaboratoriet och ik2-rapporten "Innovation & Mångfald".

Konsten att förpacka en idé



– En innovation är något som innebär förändring på ett eller annat sätt och tillämpningen är det nya, säger Charlotta Falvin, nytillträdd VD för TAT i Malmö.

TEXT MALIN MALM FOTO LARS OWESSON

HON ÄR SKÅNETÖSEN som vägrar lämna regionen, trots många uppvaktningar. Hon började som humanist, tog examen som internationell ekonom 1990 och efter fyra år som exportkonsult hamnade hon i IT-branschen. Sedan dess har hon arbetat med internationella företagsaffärer inom innovationsföretag som Axis Communications, Decuma och som egenföretagare.

– Jag drivs av att arbeta med spännande företag, säger Charlotta Falvin. De innovativa företagen är beroende av ständig nyutveckling för att överleva och det är i denna typ av miljöer som jag har mitt hjärta.

Som VD för ett typiskt innovationsföretag ser Charlotta Falvin sig själv som en vågskål mellan ”strukturisterna” och ”kaotikerna”.

– För att nå framgång behöver båda dessa typer av människor finnas och det gäller att hitta en balans dem emellan för att driva företaget framåt, säger hon.

En annan nyckel till framgång är vikten av att kunna förpacka innovationen och göra den tillgänglig för kunden.

– Förstår inte kunden nyttan av innovationen kan idén vara hur bra som helst, säger Charlotta. En bra innovation har både en teknikhöjd och en koppling till marknaden. Det gäller att ta sig förbi den eventuella skepsis som en nyhet kan bli bemött av.

– En svårighet för en innovatör kan också vara att han/hon inte har hela lösningen. Man har löst ett grundproblem, men saknar infrastrukturen för att göra innovationen framgångsrik, fortsätter Charlotta. Det gäller att hitta de pusselbitar man själv saknar. Men för detta krävs en del resurser i botten.

– En av de viktigaste pusselbitarna är att hitta personer som har andra kompetenser än vad innovatören själv kanske har. Att hitta partners och bilda ett bra team. Ofta faller idén på grund av saknaden av en kritisk massa.

Hur fångas goda idéer och innovationer upp i stora, befintliga företag?

– Det är svårt att skapa ett bra innovationsklimat i ett stort företag. Riktigt bra innovationer sker många gånger utanför stora företag därför att ”tänket” inte går att fabricera. Det handlar om människor och i en stor organisation är det oftast svårt att hålla kreativiteten på tillräckligt hög nivå.

– Innovationer kan ha svårt att få plats i stora, framgångsrika företag, som har fullt upp med sin grund-

läggande affärsidé, och inte kan ta sig tid att göra en utveckling kring en ny möjlighet. Då blir såväl finanser som ledningsresurser trånga sektorer, menar Charlotta.

Vad kan det offentliga göra för det innovativa klimatet?

– Det finns inga generellösningar på hur man utvecklar företag, säger Charlotta. Men det offentliga kan framförallt underlätta regelverket för att skapa ett bra företagsklimat.

Hon menar också att det finns en poäng med att erbjuda kurser och stöd för dem som kommit en bit på väg med en innovation. Att ge konkret stöd där innovatören kanske inte alltid har den rätta kunskapen.

Innovationsmiljöerna, som Ideon och Minc, är en stor hjälp, tycker Charlotta.

– Men det är inte Ideon som sådant som skapar innovationer. I rätt miljö finns kraften i de människor som verkar där.

Vad gör Charlotta Falvin om tio år?

– Då är jag kvar i den skånska myllan och ägnar mig, liksom nu, åt något som jag tycker är riktigt roligt. Men vad det är om tio år, det vet jag inte idag.

– Men just nu, på TAT, gör jag det som jag tycker är allra roligast, avslutar hon med ett övertygande leende.



TAT är ett it-och designföretag som huvudsakligen arbetar med mjukvaru-applikationer. Kontoret har nyligen flyttat från Lund till Malmö.

Innovation i Gränsland (IiG) är ett tioårigt program med syfte att öka innovationstakten och skapa högre förädlingsvärden i den skånska livsmedelsnäringen. Idag, tre år efter starten, syns redan tydliga resultat. Programmet beräknas totalt omsluta 300 miljoner kronor, varav huvuddelen kommer från företagen och andra regionala aktörer, däribland Region Skåne.

Innovationsförmågan *helt avgörande*

TEXT ARNE BERGE FOTO KENNET RUONA

– **VI ARBETAR PROJEKTINTRIKTAT** och sammanför spetskunskap från olika områden för att lösa konkreta problem, berättar Kjell Olsson, som tillsammans med Magnus Lagnevik på Ekonomihögskolan är programansvarig för IiG.

– Och det är just i dessa nya kombinationer av kunskaper som det så ofta uppstår helt nya möjligheter och arbets-sätt. Vi ser redan konkreta resultat i form av kommersiella produkter, vetenskapliga arbeten och lovande idéer som det bedrivs ett aktivt arbete kring. Men den allra största

vinsten är när de som deltar märker att det lönar sig att tänka och arbeta på nya sätt och i nya konstellationer. Att gränsöverskridanden i olika former ger nya möjligheter. På sikt är innovationsförmågan helt avgörande för näringsens konkurrenskraft. Och ofta

handlar det mer om att ta vara på kunskap, kompetens och erfarenheter som redan finns än om att skapa ny kunskap. Vi ser också att vi genom att skjuta till små ekonomiska resurser i tidiga skeden kan få igång processer som kan bli självgående och generera storartade resultat både på kort och lång sikt.

IiG leds med ett minimum av administration från ett litet kansli i forskningsbyn Ideon i Lund. De ekonomiska resurserna satsas istället på de olika projektområdena som leds av utförare med klart definierade mål. Sedan starten har IiG koncentrerat sig på fyra olika projektområden: Mat och Hälsa – Functional Foods, som drivs av Functional Food Science Center; Internationell Marknadsföring till konsument, som huvudsakligen drivs vid företagsekonomiska institutionen; Bra och bekväm mat i stor skala, med LivsmedelsCentrum Lund som ansvarig och Innovationer i teori och praktik, som drivs av Ideon Agro Food. Sedan ett halvår tillbaka finns också ett särskilt entreprenörsråd, bestående av erfarna entreprenörer med uppgift att bedöma idéer och hjälpa nya entreprenörer att göra innovationer av sina idéer.



Kjell Olsson, Skånes Livsmedelsakademi och Magnus Lagnevik på Ekonomihögskolan är programansvariga för IiG.





för livsmedelsnäringen

Utbildar företag

Ann-Marie Camper är VD för Ideon Agro Food och därmed ansvarig för projektområdet Innovationer i teori och praktik. Hennes organisation har 20 års erfarenhet av att driva innovationsprojekt i gränslandet mellan företag och forskning, med produkter och affärsidéer som resultat. Erfarenheten används nu bland annat till att utbilda företagen i att bygga effektiva innovationsprocesser.

– Jag rekommenderar att företagen flyttar ut innovationsansvaret från produktutvecklingsavdelningen. En effektiv innovationsprocess omfattar hela företagets sätt att tänka och arbeta, menar Ann-Marie Camper

– Ofta krävs det ett omfattande förändringsarbete för att det ska fungera och där kan vi hjälpa till. Genom liG har vi fått resurser att ta fram speciella utbildningspaket som blivit mycket uppskattade.

Ny syn på entreprenören

Ideon Agro Food har utvecklat en egen modell för att driva innovationsprojekt och har också en egen syn på vad som egentligen utmärker en entreprenör. Ann-Marie Camper förklarar:

– Den gängse synen är att en innovation är en teknisk pryl och entreprenören en forskare som behöver hjälp med patent, affärsutveckling och riskkapital. Denna syn präglar stora delar av det svenska innovationssystemet. Vår modell bygger istället på att innovatören kan vara nästan vem som helst som har goda idéer – en anställd som har identifierat ett marknadsbehov och därmed en möjlighet för sitt företag, eller kanske en småföretagare som har idéer om nya arbetsätt för att utveckla sin verksamhet. Vår modell går ut på

– En innovatör kan vara nästan vem som helst som har goda idéer, säger Ann-Marie Camper, VD för Ideon Agro Food, som ansvarar för området Innovationer i Teori och Praktik inom liG.

att effektivt identifiera och värdera idéer och sedan tillföra precis den kunskap de behöver för att kunna förverkligas. Forskare inom olika discipliner – beteendevetenskap, medicin, företagsekonomi, naturvetenskap och teknik – är ofta till ovärderlig hjälp i de processerna, men inte nödvändigtvis som entreprenörer och företagare.

Mer information om liG finns på hemsidan www.innovationigransland.se

I höst arrangerar liG The International Food & Health Innovation Conference 2006, som bland annat fokuserar på hur forskningsbaserade livsmedelskoncept kan öka livsmedelsindustrins konkurrenskraft och bidra till en bättre folkhälsa.

Aktuell information finns på www.ifhic.com



– Vi står inför ett paradigmskifte i synen på hur offentliga skattemedel ska användas när det gäller att utveckla och kommersialisera affärsidéer, menar Charlotte Lorentz Hjorth, rådgivare vid den regionalt innovationsstödjande aktören ik2.



samlar idéer

TEXT MONICA THOMASSON

– **DET ÄR VIKTIGT ATT** stärka det skånska regionala innovationsklimatet och öka mångfalden så att många fler innovatörer ska bli framgångsrika och få ut sina produkter på marknaden, fortsätter Charlotte.

ik2 är en regional innovationsstödjande aktör med bredd som ägs av Region Skåne, Innovationsbron Syd AB, Skånes kommuner och ALMI Skåne tillsammans. Samarbetet mellan ägarna startade redan 1999 genom Region Skånes engagemang i Innovation Skåne och dåvarande Teknikbrostiftelsens projekt Kunskapsbron. Förra våren slogs de båda ihop och organisationen ändrade samtidigt namn till ik2. Idag finns ik2 placerade vid inkubatorerna Minc i Malmö, Krinova i Kristianstad och vid Företagens Hus i Helsingborg.

Uppgiften är att stödja innovativa kommersiella projekt med råd och finansiering. ik2 arbetar för att "skapa en miljö där kreativitet florerar, där risktagande premieras och där människor och företag med potential och idéer uppmuntras och belönas":

– Sverige är mycket bra på att få fram uppfinningar och patentlösningar, men vi är paradoxalt sett urdåliga på att skapa innovationer, berättar Charlotte Lorentz Hjorth, som via ik2 arbetar med att främst stödja små och medelstora företag eller personer med idéutveckling. Innovation ska istället ses ur ett brett perspektiv där "mångfald" är ett nyckelbegrepp, menar hon.

IK2 SKA ENLIGT SIN verksamhetsidé "stötta, rådgiva och attrahera alla grupper av idébärare och alla typer av projekt". Det är också hit många kommer allra först för att diskutera möjligheten att kommersialisera en idé. På så sätt fungerar ik2 som en "tratt" för att fånga upp allt som rör sig på marknaden och därefter slussa personerna eller idéerna vidare i innovationssystemet.

– På det sättet kan vi motverka dubbelfinansiering och dubbelarbete, konstaterar Charlotte. Istället slussas personer eller företag med innovativa och utvecklingsbara affärsidéer vidare i det organiserade system som vi inom den offentliga sfären känner till, fortsätter hon.

Om aktörerna ska kunna stödja arbetet med att få fram världsledande innovationer, krävs det att de samarbetar.

– Var och en av oss är inte specialister på allt. Vi har olika spetskompetenser och olika styrkor. Därför är det viktigt hur och när vi stöttar ett projekt, poängterar Charlotte. Vi kan konstatera att det i princip aldrig är en enskild person som är innovatör, men ofta en enskild person som är uppfinnaren. Däremot kan en idé bli innovativ när många deltar i projektet med att kommersialisera idén.

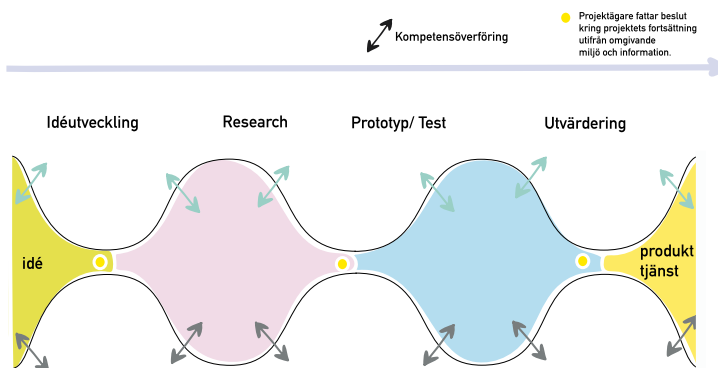
Två sätt att driva innovationsprocesser

Det handlar om att gå från uppfinningar till innovation, hävdar olika innovationsaktörer. Orsaken är att patenterade uppfinningar ofta felaktigt jämföras med innovationer. Fokus måste istället koncentreras på att få fram produkter och tjänster som går att kommersialisera, inte bara patentera, för en köpvillig marknad.

Den traditionellt stängda innovationsprocessen är så kallad linjär. I en sådan process blir *konstruktionen* till ett *patent* som lägger grunden för *prototypen*. Efter *tester* tillkommer *design* av produkten och därefter startar *försäljningen*. I en sluten innovationsprocess blir varje fas styrande för nästa fas och relativt få kompetenser är engagerade. Patenteringen är ofta tidig.

I en icke-linjär och öppen innovationsprocess samlas offentliga resurser för att stödja själva *processen* som leder *utvecklingen* av *innovationen* fram till bredare *research* kring marknadsförutsättningarna. Många olika *kompetenser* ger löpande input i projektets olika faser. Processen leder ofta snabbt fram till en marknadsanpassad produkt eller tjänst.

Den öppna innovationsprocessen



Modellen är framtagen av Charlotte Lorentz Hjorth och Maria Lindblom, ik2

Källa: Rapporten "Innovation och Mångfald", ik2, Malmö december 2005

Nytt från NU

Starka statliga aktörer

Den statliga myndigheten **Vinnova** bildades 2001 med uppgift att främja utvecklingen av effektiva svenska innovationssystem inom verksamhetsområdena teknik, transport, kommunikation och arbetsliv. Vinnova har 1 miljard kronor i årlig budget.

Verket för näringslivsutveckling, **Nutek**, är nationell myndighet för frågor som rör näringslivets utveckling. Nutek ska bidra till fler nya och växande företag och fler starka regioner och därmed främja en hållbar ekonomisk tillväxt i hela landet.

ALMI Företagspartner har som mål är att skapa tillväxt och förnyelse i det svenska näringslivet genom finansiering och affärsutveckling. Almi finns i varje län och verksamheten bedrivs i 21 regionala bolag. Målgrupper är innovatörer, nya företag och etablerade företag.

Innovationsbron AB är en ny statlig koncern, startad i mars 2005, med målet att utveckla och driva ett av de starkaste innovationssystemen i Europa och därmed bidra till ökad konkurrenskraft och tillväxt i såväl nya som befintliga svenska företag. Innovationsbron ska hjälpa forskare, innovatörer och entreprenörer med affärsutveckling och kommersialisering av forskningsresultat och öka kunskapen mellan industri och högskola.

Industrifonden är delägare i elva riskkapitalbolag runt om i Sverige. Industrifonden är delägare i Innovationsbron AB. Industrifonden är en stiftelse bildad av staten 1979 och får inga statliga anslag, utan drivs helt med egna medel.

Stiftelsen för kunskaps- och kompetensutveckling arbetar för att stärka Sveriges konkurrenskraft genom att bland annat stödja forskning vid nya universitet och högskolor, kompetensutveckling i näringslivet samt främja IT inom utbildning och hälso- och sjukvård. Kapitalet motsvarar 3,6 miljarder kronor.

Näringslivsutveckling gratulerar!

Årets Skånska Snabbväxare och Årets Skånska Utmanare, som med följande motiveringar tog emot pris på Tillväxtdagen den 1 juni i Malmö:



FOTOBILL WATTS

Representanter från Årets Skånska Utmanare & Snabbväxare tillsammans med Nils Eric Svensson & Hans Henecke, NU, Region Skåne

TFS ; Trial Form Support International AB
– Årets Skånska Snabbväxare

TFS har växt självfinansierat med genomsnittligt 72 procent om året under senaste sex åren, med hög lönsamhet genom nytänkande i en mogen bransch. TFS har med spetskompetens fokuserat så tydligt att man idag har de krävande globala läkemedelsjättarna som kunder.

CDON.COM AB
– Årets Skånska Utmanare

CDon.com har lyckats växa med god lönsamhet i musikbranschen där CD och DVD har fått ge vika för downloads och fildelning. CDon.com har konsekvent testat nya kanaler för att lyckas där andra har tappat. De har visat att e-handel fungerar!

För mer information:
Nils Eric Svensson, Näringslivsutveckling, 0703-35 92 09



OPEN DAYS 2006

Mellan 9 och 12 oktober görs det årliga eventet "European Week of Regions and Cities – OPEN DAYS 2006" i Brüssel. Politiker från hela Europa deltar och man förväntar 3000 deltagare.

Ystads Kommun, i nära samarbete med Näringslivsutveckling, har blivit inbjudna att på "OPEN DAYS" presentera utvecklingen av filmklustret som ett exempel på framgångsrikt klusterarbete.

Temat för årets OPEN DAYS är "Investing in Europe's Region and Cities: Public and Private Partners for Growth and Jobs".

För mer information:
Karin Mex Johansson
Näringslivsutveckling, 0709-47 72 10
eller
Carl-Johan Korsås
Ystads Kommun, 0411-577000

Nationell strategi för hållbar regional utveckling

Just nu pågår ett arbete med att få fram en nationell strategi för hållbar regional utveckling. Syftet är att tydliggöra de nationella mål och prioriteringar som finns för regional utveckling samt att samordna den nationella regionala utvecklingspolitiken och EU:s sammanhållningspolitik. Strategin ska utgå från de regionala utvecklingsprogrammen. I mitten på december beräknas arbetet med att utforma de nya programmen vara färdiga.

För mer information:
Stefan Larsson
Näringslivsutveckling, 0703-35 92 05.

Investeringsfrämjande verksamhet till Näringslivsutveckling

Under sommaren 2006 kommer ansvaret för den investeringsfrämjande verksamheten att överföras från Position Skåne AB till Näringslivsutveckling. Detta görs för att stärka positioneringen och öka samordningen. Inom ramen för denna förändring ska också exportfrämjande- och internationellt arbete utvecklas.

För mer information:
Hans Henecke, Näringslivsutveckling, 0705-16 34 81



MIKAEL KIPOWSKY

Verksamhetschef, Ideon Innovation

Vad är en innovation för dig?

Ordet "Innovation" fungerar bra både på svenska och engelska. För mig är ordet innovation ett modernt ord, något som är lite "inne". En innovation betyder något nytt och unikt med fokus på nytta. Det måste gå att använda nyheten eller innovationen till något. Framförallt måste det gå att förklara den.

Hur skapar man ett bra innovationsklimat?

Om man som jag gillar varmt klimat så handlar det om att skapa en sol som värmer gott. Solen består i att beslutsfattare förstår att lyfta fram entreprenörer och innovatörer som stjärnor. Då kommer de verkligen att mysa i solen. Nu räcker det inte bara med att slänga fram några solstolar utan man måste också ge solen tid att värma. Och då måste den värma i många år.

Det är först då ett resultat av klimatet kan skönjas.

Hur bra är vi i Skåne på att skapa och fånga upp innovationer?

Vi är inte särskilt bra. Jag i min roll som ansvarig på Ideon Innovation kan göra mycket mer. Innovationerna finns. Det har bland annat organisationen LU Innovation visat på Lunds universitet. Det som är utmaningen är att matcha innovatören med en drivkraft, en entreprenör. Där är vi i dag för dåliga. Om vi lyckas med det är jag övertygad om att vi kommer att fånga upp nästan dubbelt så många innovationer. Sedan finns det en nyttjad marknad hos redan befintlig industri som vi bara börjat med att jobba med. Så, som ni förstår, det finns oerhört många möjligheter.

GÄSTKRÖNIKA SKÅNE – SILICON VALLEY

Jakten på ett innovationssystem lindrar smärtan – men botar inte huvudvärken

"INNOVATIONSSYSTEM? Förlåt, men vad menar du?"

Vid flera tillfällen under sökandet efter Silicon Valleys framgångsfaktorer har jag mött denna frågande och lätt förundrade reaktion på mina frågor.

Inte så att begreppet "innovationssystem" inte existerar här i USA, men det är något med ordet "system" som gör att resonemanget hakar upp sig. Varken riskkapitalister eller andra "entreprenörstödjare" ser sig som en del av något system. De är fristående aktörer som agerar i konkurrens på en öppen marknad och jagar de bästa affärsidéerna att tjäna pengar på.

Begrepp som "system" leder tanken till en ordnad tillvaro styrd uppifrån av en kontrollerande hand. Kanske är det därför begreppet vunnit sådant gillande i Sverige, där det offentliga genom program för företagsinkubatorer och offentligt riskkapital försöker framkalla fler innovativa företag. Avsikten är att hjälpa innovatörer och entreprenörer över de trösklar som samma offentliga system byggt upp genom snåriga regelverk och en allmänt entreprenörsfientlig kultur.



THOMAS FROSTBERG, Chefredaktör Rapidus Nyhetstjänst

Under våren arbetar Thomas på San Francisco Chronicles näringslivsredaktion och bevakar tillväxtföretag i Silicon Valley.

I USA handlar systemet, i den mån det alls finns något som kan kallas system, snarare om en innovationskultur. Ta attityden till misslyckanden som exempel. En konkurs är inte nödvändigtvis ett nederlag, utan lika mycket en lärdom för framtiden. Den som inte gjort minst en konkurs har aldrig vågat satsa ordentligt och därmed inte lärt sig lika mycket. Så går snacket i Silicon Valley. I Sverige är en konkurs synonymt med pestsmitta.

DEN ANDRA DELEN av innovationskulturen handlar om attityden till framgång. En framgångsrik entreprenör som bygger ett nytt Google eller Apple hyllas som hjälte i USA. I Sverige skulle samma person mötas av en Jante-baserad misstänksamhet.

Om vi ändå håller oss till ordet innovationssystem, hur skapas ett bra sådant i Sverige? Att bygga inkubatorer och skapa offentligt finansierade riskkapitalbolag löser egentligen inte problemet, utan döljer den större frågan om brist på en innovations- och entreprenörskultur.

Kanske är det inledningsvis nödvändigt med inkubatorer som Ideon Innovation och Malmö Incubator för att sätta fart på Innovativa Sverige, men på lång sikt är det som att förse en punkterad cykel med stödhjul – det går lite bättre, men löser inte grundproblemet.

Det verkliga språnget kommer när attityden till entreprenörskap och företagande förändras i grunden. När en framgångsrik entreprenör kan få njuta av andras uppskattning och den som misslyckats möts med respekt och får en ny chans – då har vi också fått en innovationskultur.

Och ingen kommer att leta efter "innovationssystemet" längre.

REDAKTION

ADRESS
Näringslivsutveckling
Region Skåne
Stortorget 9, 6tr
211 22 Malmö

WEBB www.skane.se/naringsliv

E-POST red.naring@skane.se

TELEFON 040-35 92 13

REDAKTÖR Malin Malm

SKRIBENTER Malin Malm, Monica Thomasson, Arne Berge

IDÉ & FORM Aktiv Kommunikation Öresund/
MOLDA Grafisk Form

FOTO Lars Owesson, Kennet Ruona, Bill Watts

OMSLAG Lars Owesson

TRYCK CA Andersson, Malmö