

ØF-rapport nr 13/2006

Evaluering

av

Bizpoint Inkubator Gardermoen

av

Svein Bergum, Vegard Johansen og Torhild Andersen

Østlandsforskning

er et forskningsinstitutt som ble etablert i 1984 med Oppland, Hedmark og Buskerud fylkeskommuner samt Kommunaldepartementet som stiftere.

Østlandsforskning er lokalisert i høgskolemiljøet på Lillehammer. Instituttet driver anvendt, tverrfaglig og problemorientert forskning og utvikling.

Østlandsforskning er orientert mot en bred og sammensatt gruppe brukere. Den faglige virksomheten er konsentrert om to områder:

Næringsliv og regional utvikling Velferds-, organisasjons- og kommunalforskning

Østlandsforsknings viktigste oppdragsgivere er departement, fylkeskommuner, kommuner, statlige etater, råd og utvalg, Norges forskningsråd, næringslivet og bransjeorganisasjoner.

Østlandsforskning har samarbeidsavtaler med Høgskolen i Lillehammer, Høgskolen i Hedmark og Norsk institutt for naturforskning. Denne kunnskapsressursen utnyttes til beste for alle parter

ØF-rapport nr 13/2006

Evaluering

av

Bizpoint Inkubator Gardermoen

av

Svein Bergum, Vegard Johansen og Torhild Andersen

Tittel Evaluering av Bizpoint Inkubator Gardermoen
Forfattere: Svein Bergum, Vegard Johansen, Torhild Andersen
ØF-rapport nr.: 13/2006
ISBN nr.: 82-7356-592-0
ISSN nr.: 0809-1617
Prosjektnavn: Evaluering Bizpoint Inkubator Gardermoen (BIG)
Oppdragsgiver: SNP Gardermoregionen
Prosjektleder: Svein Bergum
Sammendrag
Bizpoint Inkubator Gardermoen (BIG) er et vekstmiljø for små kunnskapsbedrifter, som tilbyr kompetanse, nettverk, miljø og kontortjenester i oppbyggingsfasen av en bedrift. BIG ble startet i september 2005, som et pilotprosjekt, og skal avsluttes pr 1. oktober 2006. Rapporten evaluerer pilotperioden. Evalueringen skal dokumentere resultater som er oppnådd i pilotperioden, besvare spørsmålet om pilotprosjektet bør videreføres og i tilfelle beskrive mulige modeller knyttet til organisering.
Konklusjonen på disse spørsmålene er:
Resultater: Det er etablert en inkubator på kort tid med snart 16 bedrifter, som spesielt er godt fornøyd med kontorfasiliteter og miljø. Nettverk og kompetanse har vært mindre prioritert, og erfaringene er mer blandet. Ut fra det relativt store antall bedrifter i BIG, kan vi si at den har vært attraktiv i målgruppen små kompetansebedrifter i regionen. BIG har også opparbeidet god markeds kunnskap.
Videreføring: Vi foreslår at inkubatoren gis en "begrenset forlenget levetid". Dette forutsetter endringer i BIG som inkluderer spesialisering, mer samarbeid, økt geografisk ekspansjon og mer fokus på FoU og internasjonalisering. Hvis forlengelse vedtas, bør det gjøres en evaluering for å vurdere om disse endringer har skjedd og om man er på vei til å nærme seg de langsiktige målsettingene. Er det ikke mulig å få til samarbeid med FoU-partner og mer langsiktige finansieringskilder ikke kan skaffes til veie, foreslår vi at BIG avvikles som inkubator.
Mulige modeller for organisering: Dette spørsmålet avhenger av hvordan det foregående spørsmålet besvares. I rapporten så langt har vi listet opp generelle kriterier og mulige aktører.

Emneord: Inkubator, evaluering

Key words: Incubator, evaluation

Dato: 26. juni 2006

Antall sider: 74

Pris: Kr 120,-

Utgiver: Østlandsforskning
Serviceboks
2626 Lillehammer
Telefon 61 26 57 00
Telefax 61 25 41 65
e-mail: post@ostforsk.no
http://www.ostforsk.no

Dette eksemplar er fremstilt etter KOPINOR, Stenergate 1 0050 Oslo 1. Ytterligere eksemplarfremstilling uten avtale og strid med åndsverkloven er straffbart og kan medføre erstatningsansvar.

Forord

Denne rapporten inneholder evalueringen av pilotprosjektet med Bizpoint Inkubator Gardermoen (forkortet BIG). SNP Gardermoregionen er oppdragsgiver. Evalueringen skal dokumentere resultater som er oppnådd, besvare spørsmålet om pilotprosjektet bør videreføres og i tilfelle beskrive mulige modeller knyttet til organisering. For å kunne besvare disse spørsmålene har vi gjennomført:


- dokumentstudier av mål, planer og aktiviteter
- personlige intervjuer med prosjektansvarlig og prosjektleder
- 39 telefonintervjuer med: bedrifter i BIG, andre sentrale bedrifter i Gardermoområdet, utviklingsaktører, styremedlemmer i SNP, ØRU, Innovasjon Gardermoen, og tre andre inkubatorledere
- besøk i inkubatoren.

Vi takker prosjektansvarlig Kate Wilhelmsen og prosjektleder Giert von der Lippe ved SNP Gardermoregionen for meget ryddig og målrettet samarbeid gjennom den korte og hektiske prosjektperioden, som kun varte ca en måned. Videre takker vi også informantene for stor velvillighet under intervjuene, og referansegruppen for konstruktive kommentarer på tidligere utkast av rapporten.

Rapporten er i hovedsak skrevet av Svein Bergum. Torhild Andersen og Vegard Johansen har bidratt i datainnsamling, mens sistnevnte også har bidratt med den kvantitative analysen av bedriftene i inkubatoren.

Lillehammer, 30. juni 2006


Svein Bergum
Prosjektleder


Torhild Andersen
Forskningsleder

Innholdsfortegnelse

Sammendrag	7
1. Innhold, avgrensning og metode	11
1.1 Innledning, formål, avgrensning og innhold	11
1.2 Datainnsamling.....	11
1.3 Datakvalitet	12
1.4 Definisjon på inkubator?	12
2. Beskrivelse av BIZPOINT INKUBATOR GARDERMOEN (BIG)	15
2.1 Kort om historien for BIG	15
2.2 Målsettinger for BIG i pilotperioden.....	15
2.3 Tjenestetilbud	16
2.4 Status for BIG.....	17
2.5 Aktiviteter og markedskontakt	17
3. Vurdering av oppnådde resultater for BIG	19
3.1 Bedriftene i BIG	19
3.2 Hvordan ble bedriftene klar over BIG?.....	19
3.3 Måloppnåelse	20
3.4 Tjenestene i BIG og deres bruk, betydning og kvalitetsvurdering.....	22
4. Forbedringer og planer for BIG	29
4.1 Hvilke sider ved BIG trenger evt forandringer/forbedringer?	29
4.2 Framtidige markedsbehov for BIG	29
5. Organisering framover	33
5.1 Organisering	33
5.2 ”Hva slags ressurser har BIG å tilby andre?”	34
6. Analyse av dataene, svar på oppdragsgivers spørsmål	37
6.1 Hvilke resultater er oppnådd?	37
6.2 Bør pilotprosjektet videreføres?	39
6.3 Mulige modeller for organisering	40
7. Avslutning	41
Referanser	43
Vedlegg:	45

Sammendrag

Bizpoint Inkubator Gardermoen (BIG) er et vekstmiljø for små kunnskapsbedrifter. ”*BIG stiller kompetanse, nettverk, miljø og kontortjenester til disposisjon i oppbyggingsfasen av en bedrift*”. BIG ble startet i september 2005, som et pilotprosjekt, og skal avsluttes pr 1. oktober 2006. Rapporten evaluerer pilotperioden, og skal brukes som grunnlag for å vurdere mulig videreføring. Evalueringen skal dokumentere resultater som er oppnådd i pilotperioden, besvare spørsmålet om pilotprosjektet bør videreføres og i tilfelle beskrive mulige modeller knyttet til organisering.

De konkrete målene for BIG i pilotperioden har vært:

- å etablere inkubatoren
- gjøre den kjent i nærområdet, og fremstå som attraktiv for bedrifter i målgruppene
- fra oppstart i september 2005 skal det være på plass 5- 10 bedrifter. Videre vil BIG rekruttere 10-15 nye bedrifter frem mot midten av 2006. Til sammen skal rundt 20 bedrifter være tilknyttet Bizpoint Inkubator-miljøet ved utgangen av prosjektperioden.

BIG har pr i dag kontrakt med 16 små bedrifter i ulike bransjer. Det er konkrete planer om 1-2 nye bedrifter de nærmeste månedene. Målsettingen om antall bedrifter i pilotperioden kan derfor anses som oppfylt. Pilotperioden har vist at det er mulig å fylle opp en generell inkubator. Det som de fleste informantene er mest imponert over når det gjelder BIG er derfor at det er etablert en inkubator på meget kort tid og som har fått et relativt stort antall bedrifter. Det er noen nyanser i hvor godt kjent man anser BIG for å være, men generelt sett vurderes markedsføringen av BIG som bra. Enkelte informanter kjenner ikke godt nok de kortsiktige målsettingene, og mener at BIG har for bred profil og ikke har nok innovasjonsbedrifter og FoU-forbindelser så langt.

Bedriftene i BIG har i stor grad søkt seg til BIG for å få et sosialt og faglig miljø. Kontorfasilitetene og det sosiale miljøet har vært godt benyttet av bedriftene, og de er fornøyd med både nytten og kvaliteten på disse to tjenestene. Det er noe mer blandede erfaringer med tjenestene innen nettverk og kompetanse, selv om flere av bedriftene mener de har fått god støtte til bedriftsutvikling av BIG. 8 bedrifter var opptatt av nettverksmuligheter når de flyttet inn, men det er kun 3 som i middels/stor grad har benyttet tjenestene innen nettverk. Når det gjelder kompetanse var det kun 3 bedrifter som oppga dette som en viktig motivasjon for å flytte inn i BIG, mens det er hele 7 som i middels eller stor grad har benyttet seg av denne type tjeneste i BIG. Forbedringspunkter når det gjelder tjenestetilbudet innen kompetanse og nettverk er blant annet knyttet til bedre presisering av hva som konkret ligger i tjenestene og hvordan nettverk kan være til nytte for den enkelte bedrift.

Alle informanter er enig om at det er behov for endringer i BIG framover hvis det skal være interessant for næringsliv å bidra finansielt, eller bidra med kompetanse i styrende organer eller utviklingsprosjekter. For at BIG skal videreutvikles som inkubator, og tilfredsstillende framtidige krav, må det bli:

- a) **Spesialisering:** mer konsentrasjon om utvalgte satsingsområder som samsvarer med det som er sentralt på Gardermoen (flyplasstjenester, logistikk, transport, sikkerhet, reiseliv ol). Intraprenørskap i eksisterende bedrifter må også inkluderes i inkubatortilbudet.
- b) **Økt innovasjonsgrad:** sterkere vektlegging av FoU og internasjonalisering, der også de internasjonale nettverkene som SNP har deltatt i (for eksempel Finesse-prosjektet må bli sterkere utnyttet)

- c) **Markedseksplansjon og virtuell organisering:** spesialisering krever økt kontakt med markeder andre steder enn Romerike. For å sikre markedspotensiell og tilstrekkelig antall innovasjoner for BIG, er det viktig å identifisere og utnytte bedrifter og personer innenfor satsingsområdene, i hele Norge og internasjonalt. BIG/Gardermoen kan være node i dette geografisk distribuerte innovasjonsnettverket.

Slike tilpasninger er i tråd med det andre inkubatorer gjør og de krav som for eksempel SIVA stiller for inkubatorer i framtida. Årsaken til disse endringene er i stor grad at de generelle regionale inkubatorene har hatt begrenset suksess. Tiltakene er også i samsvar med de langsiktige målsettingene for BIG, om at det skal satses mer på kompetanse og nettverk, og der det inkubatoren skal spesialiseres mot mer ”flyplass-relaterte behov” innen logistikk, transport, sikkerhet, reiseliv og lignende.

De kortsiktige mål for BIG er stort sett oppnådd. Det har vist seg mulig å realisere en bred regional inkubator. Å få til de langsiktige målsettingene vil kreve enda mer ressurser, kompetanse, og mer langsiktighet. Vi har tidligere skissert en del nødvendige tiltak om spesialisering, mer samarbeid, økt geografisk ekspansjon og mer fokus på FoU og internasjonalisering. Å videreføre BIG uten disse endringer vil medføre at BIG blir et kontorhotell, og dette er de aller fleste informantene lite interessert i. For å kunne realisere de langsiktige målsettingene, kreves i tillegg til de tidligere nevnte tiltakene:

- et mer langsiktig perspektiv enn den kortsiktigheten som har preget pilotperioden i BIG (inkubatorprosjekter krever i følge andre erfaringer et perspektiv på fem år)
- at det bringes inn profesjonelle og tydelige eiere, der FoU-miljø må være representert

Det er usikkerhet knyttet til det framtidige potensialet for BIG. Men hvis innholdet i punktene ovenfor blir gjennomført, har vi indikasjoner fra våre intervjuer på at vesentlige bedrifter i Gardermo-regionen kan være interessert i å bli med i felles utviklingsprosjekter. Både disse og flesteparten av våre informanter i regionen er interessert i at BIG skal videreføres, gitt at slike endringer skjer. Men den sterke befolknings- og næringsutviklingen i regionen, positive holdninger hos interessenter, oppnådde resultater på kort sikt, og at det ville være for kortsiktig å avslutte et inkubatorprosjekt så tidlig, gjør at vi foreslår at inkubatoren gis en ”begrenset forlenget levetid”, på for eksempel 1-2 år. Dette forutsetter at de endringer som er foreslått gjøres. Det gjøres så en evaluering enten midtveis eller mot slutten av denne perioden, for å vurdere om disse endringer har skjedd og at man er på vei til å nærme seg de langsiktige målsettingene.

Når det gjelder mulige modeller for organisering av et framtidig BIG, har vi nøydd oss med å liste opp noen generelle prinsipper og mulige aktører.

Konklusjonen på spørsmålene stilt av oppdragsgiver er derfor:

a. Hvilke resultater er oppnådd?

Det er etablert en inkubator på kort tid med snart 16 bedrifter, som spesielt er godt fornøyd med kontorfasiliteter og miljø. Nettverk og kompetanse har vært mindre prioritert, og erfaringene er mer blandet. Ut fra det relativt store antall bedrifter i BIG, kan vi si at den har vært attraktiv i målgruppen små kompetansebedrifter i regionen. BIG har også opparbeidet god markedskunnskap gjennom oppbygging av et stort nettverk, aktiv markedsføring, og 800 telefonhenvendelser i ulike segmenter og der 46 bedrifter er interessert i løsere tilknytning til BIG.

b. Bør pilotprosjektet fortsette?

Men den sterke befolknings- og næringsutviklingen i regionen, positive holdninger hos interessenter, oppnådde resultater på kort sikt, og at det ville være for kortsiktig å avslutte et inkubatorprosjekt så tidlig, gjør at vi foreslår at inkubatoren gis en ”begrenset forlenget levetid”, på for eksempel 1-2 år. Dette forutsetter endringer i BIG som inkluderer spesialisering, mer samarbeid, økt geografisk ekspansjon og mer fokus på FoU og internasjonalisering.. Å få til de langsiktige målsettingene vil kreve enda mer ressurser, kompetanse, og mer langsiktighet. Hvis forlengelse vedtas, bør det gjøres en evaluering enten midtveis eller mot slutten av denne perioden, for å vurdere om disse endringer har skjedd og om man er på vei til å nærme seg de langsiktige målsettingene.

Er det ikke mulig å få til samarbeid med FoU-partner og mer langsiktige finansieringskilder ikke kan skaffes til veie, foreslår vi at BIG avvikles som inkubator.

c. Mulige modeller for organisering

Dette spørsmålet avhenger av hvordan det foregående spørsmålet besvares. I rapporten så langt har vi listet opp generelle kriterier og mulige aktører.

1. Innhold, avgrensning og metode

1.1 Innledning, formål, avgrensning og innhold

Bizpoint Inkubator Gardermoen (BIG) er et vekstmiljø for små kunnskapsbedrifter. ”*BIG stiller kompetanse, nettverk, miljø og kontorjenester til disposisjon i oppbyggingsfasen av en bedrift*”. ”Målet er å hjelpe bedriftene med å skape en solid bedrift som står på egne ben.” (hentet fra brosjyre for BIG).

BIG ble startet i september 2005, som et pilotprosjekt, og skal avsluttes pr 1. oktober 2006. Pilotprosjektet er en prøvedriftsfase for inkubator på Gardermoen. Det presiseres at det er pilotprosjektet og innholdet i dette som skal evalueres her. Evalueringen skal brukes som et grunnlag for å vurdere mulig videreføring. Evalueringen skal dokumentere resultater som er oppnådd, besvare spørsmålet om pilotprosjektet bør videreføres og i tilfelle beskrive mulige modeller knyttet til organisering.

Mandatet ble i løpet av prosjektperioden endret til: mindre vekt på framtidig finansiering, og mer vekt på framtidig markedspotensial for inkubatoren.

Evalueringen av Bizpoint Inkubator Gardermoen (forkortet BIG) har foregått i perioden 21. mai til 27. juni 2006, og utgjør noe i overkant av et månedsverk.

1.2 Datainnsamling

1.2.1 Metoder

De viktigste metodene for å kunne besvare spørsmålene for oppdraget har vært:

- dokumentstudier av mål/visjoner, planer og aktiviteter i BIG, samt div. møtoreferater
- intervjuer med et utvalg nøkkelpersoner
 - prosjektansvarlig for SNP Gardermoregionen, Kate Wilhelmsen
 - prosjektleder for BIG, Giert von der Lippe
 - telefonintervju med lederne for de 13 bedriftene som nå er i BIG
 - telefonintervju andre sentrale bedrifter i Gardermoe-området, utviklingsaktører, styremedlemmer i SNP, ØRU, Innovasjon Gardermoen,
 - telefonintervju med tre andre inkubatorledere

I alt er det gjennomført 41 intervjuer, hvorav 39 er pr telefon. Fullstendig liste over informanter er i vedlegg 1.

1.2.2 Intervjuguider

For å tilpasse seg de ulike informantkategoriene, ble det laget fem ulike typer intervjuguider. Disse finnes som vedlegg 6-10 i rapporten. Foruten at disse intervjuguidene er tilpasset tematisk til hva de ulike informantgruppene kan bidra med av kunnskap, er også graden av struktur forskjellig. Intervjuene med bedriftene i BIG er i hovedsak strukturerte, med faste svaralternativer som gir mulighet for kvantitative analyser. De andre fire intervjuguidene er i

større grad det vi kaller semi-strukturerte (Ghauri m.fl, 1995). Her er problemstillinger og spørsmål definert, men disse er mer åpne uten forhåndsdefinerte svar. Semi-strukturerte intervjuer passet bra for de mer åpne spørsmålene som skulle belyse inkubatorens betydning til nå og framtidige rolle.

Prosjektleder gjennomførte størstedelen av de semi-strukturerte intervjuene fordi han hadde totaloversikten for prosjektet. De to andre intervjuerne hadde sitt bidrag på de mest kvantitative intervjuene, det vil si av bedriftene i BIG og noen eksterne bedrifter. Varigheten av de strukturerte telefonintervjuene var fra 20-30 minutter. De semi-strukturerte intervjuene varte fra 30 til 50 minutter. Ikke alle svar er tatt med i rapporten.

1.3 Datakvalitet

Generelt er de innsamlede data av god kvalitet. De fleste informantene kjente BIG godt. Ett sted der det er stor forskjell i datakvalitet er i intervjuene av de bedriftene som ikke var i BIG. Enkelte ga meget utfyllende svar, og gode resonnementer om BIG's framtid og mulige samarbeidsområder. I motsatt fall var det et par bedrifter der vi i ett tilfelle ikke fikk gjennomført intervjuet og i det andre tilfellet kun fikk et lite antall korte svar.

Når det gjaldt spørsmålenes kvalitet og vanskelighetsgrad, gikk dette stort sett greit. To steder skaper utfordringer i tolking av svar, enten for informanten eller oss:

- på spørsmålene om bruk, og vurdering av nytte og kvalitet av tjenestene i BIG har informantene svart på alle spørsmål uansett hvor mye de har brukt tjenestene. Det er generelt mer negative svar jo mindre du har brukt tjenestene. I og med at disse informantene har lite bruk, vurderer vi deres svar i mindre grad enn de som har større bruk.
- enkelte spørsmål er vanskelige, eksempelvis å bedømme betydningen av BIG for næringsliv og region, og det samme med markedsvurderinger for BIG. Her er det relativt få og korte svar.

1.4 Definisjon på inkubator?

Vi vil også i dette kapitlet definere det mest sentrale begrepet i rapporten, nemlig inkubator. I følge Havnes (2003) er inkubatoren fysiske lokaliteter der bedrifter i en tidlig startfase kan få tilgang til:

- kontorlokaler,
- rådgivning,
- ressursnettverk samt
- teknologisk og administrativ infrastruktur

Ofte inkluderes i definisjonen at kostnaden for leietaker skal tilpasses bedriftens økonomiske evne. Inkubatoren dekker sine kostnader gjennom en kombinasjon av ekstern finansiering, betaling fra bedriftene, eller eierandeler og eieravkastning i bedrifter som går ut av inkubatoren. Denne definisjonen er i følge Havnes i overensstemmelse med de definisjoner som benyttes i EU, Storbritannia og USA.

I tillegg til de generelle kjennetegn skriver Havnes at inkubatorer spesialiserer seg slik at de kan inndeles i typer eller kategorier. Disse kan knytte seg til målgruppen eller inntakskriteriene for inkubatorbedrifter. Eksempel på dette er:

- bransje/teknologi
- innovasjonsgrad
- vekstpotensial eller
- markedspotensial.

En annen type typeinndeling gjelder institusjonell tilknytning, slik som til forskningsmiljøer, næringsparker eller kapitalkilder. Denne dimensjonen kan også eventuelt omfatte næringsmiljøet inkubatoren befinner seg i. En tredje dimensjon kan knytte seg til graden av samlokalisering av bedriftene. Bedriftene kan for eksempel holde til i samme hus eller, som et annet ytterpunkt, kan de være i virtuelle inkubatorer der bedriftene holder til på forskjellige steder og mye av kommunikasjonen med rådgivere og andre inkubatorbedrifter foregår over Internett (Havnes, 2003).

Fra prosjektleder i BIG fikk vi også opplyst om andre klassifikasjoner, slik som: generell inkubator, temainkubator, FoU-inkubator, kjøkkeninkubator, omstillingsinkubator, introduksjonsinkubator og ”profittinkubator”. Kompetanse hos leder og stab må avspeile dette. Denne inndelingen viser at inkubatorer kan være svært forskjellige både i formål og funksjon, og at de ikke nødvendigvis må være samlokalisert med FoU-miljø. De to mest relevante inkubatortypene med henblikk på BIG er generell- og temainkubator, som defineres slik:

- | | |
|---------------------|---|
| Generell inkubator: | Denne vil gjerne være for bedrifter som krever en del kompetanse og som har gode utsikter til lønnsomhet og vekst. Tilhørighet til bestemt arbeidsfelt eller bransje tillegges mindre verdi. En viktig hensikt kan være å samle og synliggjøre et ellers spredt og mindre kraftfullt utviklingsmiljø. |
| Temainkubator: | Bedriftene i en slik inkubator forutsettes å høre til et eller noen få tema- eller fag/bransjeområder. Dette er en form for klyngetenking som satser på at utvalgte bedrifter har spesiell nytte av samvær, og hvor muligheten til å skape faglig avansert service i inkubatoren er større enn i en generell inkubator. |

Ut fra disse definisjoner har BIG i pilotperioden vært en generell inkubator. Den langsiktige målsettingen er å bli en temainkubator, men der også FoU vil ha en sterkere rolle.

2. Beskrivelse av BIZPOINT INKUBATOR GARDERMOEN (BIG)

I dette kapitlet beskrives Bizpoint Inkubator Gardermoen: dens historie, målsettinger, tjenestetilbudet, status og markedsaktiviteter. Grunnlaget for dette kapitlet er dokumentasjon fra BIG både i papir og på nett, samt personlige samtaler med prosjektansvarlig og prosjektleder.

2.1 Kort om historien for BIG

BIG ble formelt åpnet i september 2005, etter et års planlegging. BIG er forankret i flere typer strategier og handlingsplaner for ulike utviklingsaktører i regionen, slik som Strategisk Næringsplan Gardermoregionen (SNP), prosjekt Entreprenørskap og Akershus Fylkeskommunes Handlingsprogram for 2004-2007.

BIG tok inn de første bedriftene i september 2005, og skal være et pilotprosjekt fram til 1. oktober 2006.

Inkubatoren er i dag et samarbeid mellom det offentlige og private virksomheter i Gardermoregionen samt EU-finansiering: Øvre Romerike Utvikling (ØRU), Akershus fylkeskommune, Innovasjon Norge, Næringslivet og EU-prosjektet FINESSE.

Vi fortsetter med å beskrive de kortsiktige målsettinger for BIG i pilotperioden september 2005-2006, i og med at det er denne perioden som skal evalueres. Mot slutten av kapitlet skal vi også ta med de mer langsiktige målsettingene.

2.2 Målsettinger for BIG i pilotperioden

2.2.1 Generelle mål

Den generelle målsettingen for BIG i pilotperioden er å etablere et regionalt kompetansesenter for nystartede bedrifter med vekstpotensial. Rent konkret er de operasjonelle målsettingene for pilotperioden følgende:

- å etablere inkubatoren
- gjøre den kjent i nærområdet
- fremstå som attraktiv for bedrifter i målgruppene
- fra oppstart i september 2005 skal det være på plass 5- 10 bedrifter. Videre vil BIG rekruttere 10-15 nye bedrifter frem mot midten av 2006. Til sammen skal rundt 20 bedrifter være tilknyttet Bizpoint Inkubator-miljøet ved utgangen av prosjektperioden.

I pilotperioden vil det legges vekt på tjenester knyttet til kontor og miljø, dvs tilby en god fysisk kontorplass med tilhørende kontormiljø, og miljøet som skapes ved at flere bedrifter i samme situasjon samlokaliseres. Tjenester knyttet til nettverk og kompetanse er også en del av BIG sin portefølje, men planlegges enda sterkere prioritert i fasen etter piloten.

2.2.2 Rammebetingelser

Pilotprosjektet er gjennomført med meget kort tidshorison, og dette har betydd at piloten er utviklet med usikkerhet om hva som vil skje etter pilotperiodens slutt. Denne usikkerheten, samt manglende finansiering fra SIVA, har betydd at det har vært mindre administrative ressurser enn opprinnelig tenkt, også i forhold til andre inkubatorer. Dette har krevd sterk prioritering av administrativ ressursbruk, og at tilbudet innen kompetanse og nettverk har måttet avpasses i forhold til dette. Rammebetingelsene for BIG har derfor vært mer krevende enn for mange andre inkubatorer vi kjenner.

2.2.3 Målgrupper

Ideen bak BIG er å bidra til økt aktivitet i regionen rundt hovedflyplassen. Ved å tilrettelegge for små bedrifter med vekstpotensial skal BIG bidra til å øke sysselsetting og verdiskaping i regionen (<http://www.bizpointinkubator.no>). Målgruppen for pilotfasen har vært små kompetansebedrifter i Østlandsregionen. Målgruppen for BIG på lengre sikt er små kompetansebedrifter i oppstartsfasen i bransjer relatert til flyplassen: logistikk, transport, luftfart, IKT og reiseliv, og mer generelt bedrifter med internasjonale ambisjoner.

2.2.4 Kort om målsettinger på lengre sikt

I Strategisk næringsplan for Gardermoregionen 2002-2006, entreprenørskap, prosjektbeskrivelse revidert 30. juni 2004, står det følgende om visjoner og mål for BIG:

Visjon: BusinessPoint Norway Accelerator skal skape innovasjon og næringsutvikling i Gardermoregionen ved å bidra i internasjonaliseringsprosessen til små norske bedrifter.

Målsettinger:

- 50 akselerasjoner innen 5 år
- 25 etableringer i Gardermoregionen innen 5 år
- BPN Accelerator nasjonalt kjent som startpunkt for internasjonalisering for SMB

Målet på lang sikt for BIG, etter pilotperioden, er derfor å etablere et kompetansemiljø for internasjonalisering av små bedrifter. Det skal dras nytte av infrastruktur og nærhet til internasjonale markeder. Det vil bli mer fokusert satsing mot bedrifter i utvalgte bransjer relatert til logistikk, transport, sikkerhet og reiseliv mv. Tjenestene innen kompetanse og nettverk vil bli utviklet for å støtte dette.

2.3 Tjenestetilbud

Inkubatoren skal være et tilbud til små bedrifter i oppstartsfasen. De fire typer tjenester som tilbys er:

- *Kontor:* kontor i Gardermoen park, som inneholder møblert kontor, internett, faks, kopimaskin og fellesarealer som kjøkken og møterom.
- *Miljø:* utvikling av et sosialt og faglig miljø, gjennom at flere bedrifter i samme fase blir samlokalisert.
- *Nettverk:* Bedriftene kan dra nytte av et stort faglig nettverk som BIG og SNP har både nasjonalt og internasjonalt.

- *Kompetanse*: BIG skal tilby ulike typer kompetanse overfor bedriftene i inkubatoren, spesielt knyttet til kommersialisering, bistand til å søke finansiell støtte, forretningsplaner mv. Kompetansen er enten hos BIG selv, eller at den skaffes til veie fra annet hold gjennom nettverk og samarbeid.

Nærmere konkretisering av tjenestene innen kompetanse og nettverk er i vedlegg 2.

2.4 Status for BIG

Det viktigste som har skjedd med BIG er at det i dag er 16 bedrifter med kontrakt, hvorav 3 skal flytte inn i nær framtid. I følge prosjektleder er det 1-2 andre bedrifter som har konkrete planer om innflytting i løpet av høsten.

De 13 bedriftene som befant seg i BIG på intervju tidspunktet er listet opp nedenfor. Selv om det er flere bedrifter innen ulike former for IKT-tjenester, eksempelvis utforming av hjemmesider og softwareutvikling, er bedriftene spredt bransjemessig.

Tabell 1. Bedriftene i BIG, deres virksomhet og navn på kontaktpersoner.

<i>Bedriftene i BIG</i>	<i>Type virksomhet</i>	<i>Kontaktperson</i>
1 Formic Nome	Multimedia htpc, lærebøker	Øystein Nome
2 Ballongfoto	Anvendelse av teknologi for luftfoto	Gunnar Ellingsen
3 Mediekunstnerne	Design	Frode Werner
4 Norwegian Chitosan	Internasjonalt salg av chitosan/produksjon	Toril Håkonsen
5 VA-Support	Vannrensing	Tor Håkonsen
6 Son&Son	Digitalt prospekt for eiendomsbransjen	Shane Matheson
7 Digit Media	Kommunikasjon via TV & videoprod.	Shane Matheson
8 Promaware AS	Programvare for prosjektstyring	Torkell Domaas
9 Ressurskompaniet	Ressurser og kompetanse til telekom-utbygging	Rainer Pedersen
10 Vigdis Madsen	Kurs, foredrag mv	Vigdis Madsen
11 Reis og Se	Produserer brosjyrer for museer i Norge	Are Jerstad
12 Idedesign Heidi Hovland	Interiørdesign for private hjem	Heidi Hovland
13 Interiørdesign	Interiørdesign off.rom/kontor	Marion Åsaune

De bedrifter som antas å ha størst innovasjonspotensial er bedriftene: Norwegian Chitosan, Ballongfoto, Promaware og Son & Son Media. Disse er nærmere beskrevet i vedlegg 3. Disse beskrivelsene viser at selv om det ikke har blitt noe bransjemessig fokus i BIG så langt, er det flere eksempler på innovative produkter/tjenester med lovende markedsutsikter.

2.5 Aktiviteter og markedskontakt

2.5.1 Aktiviteter i BIG

I løpet av de ni månedene som inkubatoren har eksistert har det vært gjennomført flere ulike faglige og sosiale aktiviteter i BIG, enten fellesaktiviteter eller rettet mot den enkelte bedrift.

- Det har vært avholdt fem fellesmøter der alle inkubatorbedriftene er invitert, for å ta opp fellesspørsmål.

- Alle bedriftene har hatt flere individuelle møter med BIG for å ta opp aktuelle spørsmål, få rådgivning og hjelp i forbindelse med bedriften, eksempelvis knyttet til forretningsplan, markedsføring, finansieringsmuligheter, samarbeidspartnere osv.
- I tillegg har det vært ni arrangementer som kalles ”gjestekontor”, der eksterne foredragsholdere/ressurspersoner enten har holdt foredrag for bedriftene eller stått til rådighet for bistand en halv eller hel dag. Dette har vært samlinger med temaer som: gründerveiledning, strategivalg, pensjonsordninger for selvstendig næringsdrivende, kommunikasjon og markedsføring, og hvordan generere mer business/nettverksbygging. En del av bedriftene i BIG har også deltatt på seminarer hos Innovasjon Gardermoen, der flere har presentert seg på stand og mange har utvidet sitt nettverk. Deltakelsen har vært gratis for dem fordi BIG har medlemskap.

2.5.2 BIGs markedsbearbeiding

En av BIGs karakteristika har vært et aktivt rekrutteringsarbeid og utstrakt kontakt mot ulike markedssegmenter, både geografisk og bransjemessig. Foruten de bedriftene som er rekruttert inn i BIG allerede, har BIG en liste på 46 bedrifter fra nærområdet som er interessert i å være med i et nettverk som har en løserer tilknytning til BIG enn å være lokalisert der. Eksempler på slik tilknytning kan være å delta på arrangementer i form av seminarer eller delta i felles prosjekter. Oversikt over de interesserte nettverksbedriftene er listet i vedlegg 4. Som det framgår av denne lista inneholder den også bedrifter som er relatert til ”flyplass-markedet”, slik som Airport Innovation, Airborne Sensors and Photogrammetry Consultants as og Airwing. Dette indikerer at BIG har kontakt med og har attraksjonskraft mot bedrifter også innen disse markedssegmentene. I tillegg må også nevnes den nære kontakten BIG har med OSL og SAS Ground Services i Prosjekt Entreprenørskap.

Som ytterligere eksempler på den meget omfattende og systematiske markedskartleggingen som BIG har gjort, kan nevnes at det i tillegg er gjort 408 telefoniske henvendelser mot småbedrifter i de seks kommunene på Øvre Romerike: Ullensaker, Hurdal, Nes, Gjerdrum, Nannestad og Eidsvoll, foruten Skedsmo Nord. Barrierene for ikke å etablere seg i BIG var at de var for mange ansatte, det var for liten aktivitet i selskapet, de hadde hjemmekontor som en akseptabel løsning, de var i ”feil bransje”, eller reiseveien ble for lang. Også bedrifter enda nærmere Oslo har blitt oppringt, nærmere bestemt 340 bedrifter innen IKT, kommunikasjon, kurs/opplæring lokalisert i Skedsmo Sør, Lillestrøm, Frogner og Oslo Nord (Groruddalen og ned til Sinsen). De aller fleste av disse syntes at Gardermoen ble for langt borte, både i forhold til reisevei og avstand til kundene deres. Mange av bedriftene kunne tenke seg å etablere seg i Gardermoregionen dersom de viktigste kundene deres etablerte seg der med et større kontor i nærheten. Konklusjon: BIG har hatt et meget aktivt markedsarbeid der de har hatt kontakt med over 800 bedrifter i sine prioriterte målgrupper. De burde derfor være bra kjent i disse markedssegmentene. Samtidig viste oversikten i vedlegg 4 at det er et potensial for nærmere kontakt også med en del bedrifter innen bransjene logistikk, transport mv.

3. Vurdering av oppnådde resultater for BIG

I dette kapitlet vurderes de oppnådde resultater for BIG så langt, med fokus på måloppnåelse og vurdering av tjenestenes bruk betydning og kvalitet.

3.1 Bedriftene i BIG

De 13 bedriftene som var leietakere i BIG i juni 2006 ble intervjuet. Som nevnt tidligere er det tre nye bedrifter som nå er på vei inn i BIG.

Vi starter med størrelsen på bedriftene i form av antall ansatte: 6 av bedriftene i BIG har **en** ansatt, mens 7 av bedriftene har **to** ansatte. Flesteparten av bedriftene har ikke planer om på kort sikt å ekspandere utover det antall ansatte de er i dag. Målsettingen er at de selv og evt partner kan få et trygt levebrød av virksomheten. Tre-fire av bedriftene har imidlertid større vekstambisjoner enn dette, inkludert internasjonal ekspansjon.

Neste spørsmål gjaldt når bedriftene ble etablert: 7 av dem ble etablert i perioden 1999 til 2004, mens de 6 andre er etablert i 2005-06. Det var for oss et overraskende høyt tall at halvparten var etablert allerede for tre år siden eller tidligere. Gjennom intervjuene fikk vi et inntrykk av at disse i flere år hadde jobbet med sin forretningside, ofte ved siden av annen jobb. *BIG hadde blitt en av flere utløsende faktorer til at de nå ville teste ut ideen kommersielt i et profesjonelt miljø.*

Siden BIG kun har eksistert siden september 2005, er det ikke så store variasjoner i hvor lenge bedriften har vært i BIG. Det er 6 bedrifter som har vært dere i mer enn 6 måneder, og de andre 7 har vært der under 6 måneder.

3.2 Hvordan ble bedriftene klar over BIG?

Bedriftene kom første gang i kontakt med BIG på ulike måter: 6 ble kontaktet av BIG, 2 ble kontaktet av Innovasjon Norge, og 2 ble kontaktet av andre bedrifter. 3 av 13 hørte første gang om BIG via omtale i pressen.

Dette viser at det er mange markedsføringskanaler som er benyttet, og at telemarkering fra BIG-administrasjonen har hatt sin effekt. Men det har vært en ressurskrevende prosess: I følge prosjektleder BIG er det gjort flere hundre telefonsamtaler for å få inn disse seks bedriftene.

3.3 Måloppnåelse

3.3.1 I hvilken grad er BIG kjent?

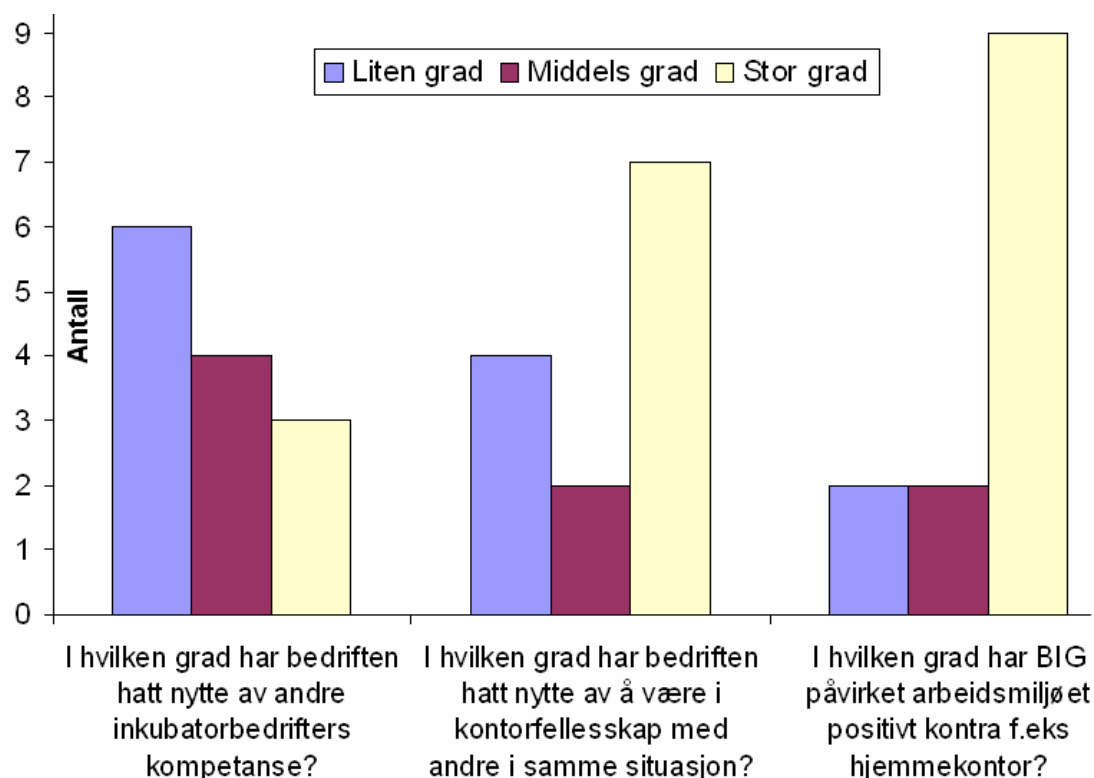
En av målsettingene til BIG er å gjøre inkubatoren kjent. Vi stilte inkubatorbedriftene et spørsmål om i hvilken grad de mente at BIGs målsetting om å bli kjent, var oppnådd. 5 av 13 bedrifter mente at målsettingen i liten grad var oppfylt, 5 mente at den var oppfylt i noen grad (middels), mens 3 var usikre på hva de skulle svare.

3.3.2 I hvilken grad vil inkubatorbedriftene anbefale BIG?

En annen indikator som kan si oss noe om BIG-bedriftenes vurdering av inkubatorens måloppnåelse, er i hvilken grad bedriftene vil anbefale andre bedrifter i å flytte inn i inkubatoren. Hele 10 av 13 vil anbefale BIG i stor grad, mens bare 3 ikke vil anbefale BIG.¹

3.3.3 Tilfredshet og nytte av tjenestene i inkubatoren

Vi har også målt BIG-bedriftenes tilfredshet og nytte gjennom å se på i hvilken grad de har hatt nytte av de andre bedriftenes kompetanse, kontorfellesskapet eller påvirkning på arbeidsmiljøet. Resultatene vises i figuren under.



Figur 1: BIG- bedriftenes nytte av hverandre. N = 13.

¹ Her må det påpekes at noen inkubatorbedrifter har gitt sin anbefaling under forutsetning av at enkelte forhold ved å ha kontor i BIG bedres fremover.

Vi ser at det er relativt mange av bedriftene som har opplevd positiv nytte, mest på arbeidsmiljøet, dernest på kontorfellesskap med andre i etablererfasen, og litt færre som så langt har kunnet utnytte kompetansen til hverandre. Denne rangeringen avspeiler nok også kompleksitet og varighet på disse tre prosessene. Det er i prinsippet enklere å utvikle godt arbeidsmiljø mellom bedriftene enn å få til faglig læring mellom bedrifter.

3.3.4 Måloppnåelse sett fra andre informanter enn BIG-bedriftene

For andre informanter (bedrifter utenom BIG, samt offentlige og halvoffentlige aktører) har vi stilt konkret spørsmål om hvor vellykket de synes at BIG har vært så langt. De informanter det dreier seg om her er:

- Referansegruppen for evalueringen
- SNP Prosjektgruppe Entreprenørskap
- Bedriftene i flyplassområdet
- SNP styret, ØRU – Øvre Romerike utvikling, og IG – Innovasjon Gardermoen

Svarene fra ni informanter innenfor denne gruppen som følte de hadde god nok kunnskap til å besvare spørsmålet, fordeler seg på følgende måte:

Tabell 2: *Hvor vellykket synes du BIG har vært så langt, for eksempel: i hvilken grad er målsettingene for BIG oppfylt? (Antall svar =9)*

I meget liten grad	I liten grad	Passe	I stor grad	I meget stor grad	Vet ikke
0	2	1	4	1	1

Vi ser at det er noe varierende oppfatning om inkubatorens måloppnåelse så langt. Men det er en overvekt som synes at målsettingene er oppnådd i stor eller meget stor grad. Den store forskjellen i vurdering skyldes at det vektlegges forskjellige ting. De som er positive legger vekt på at det er etablert en inkubator med et relativt stort antall bedrifter i løpet av meget kort tid. De som er mer negative er for så vidt enig i oppfyllelsen av den kvantitative målsettingen, men mener samtidig at bedriftene innholdsmessig ikke er i henhold til målene for en inkubator. Et par informanter synes at BIG så langt i for stor grad ligner et "kontorhotell". Det tenkes spesielt på at utvalget bedrifter er for bredt, de er for lite innovative og for lite FoU-relatert, og har for små internasjonale ambisjoner. BIG hevdes å ha for lite fokus på behov rettet mot flyplassbedriftene. Informanten som svarte "vet ikke", så disse to aspektene; Vedkommende ville ikke rangere disse mot hverandre i en totalvurdering.

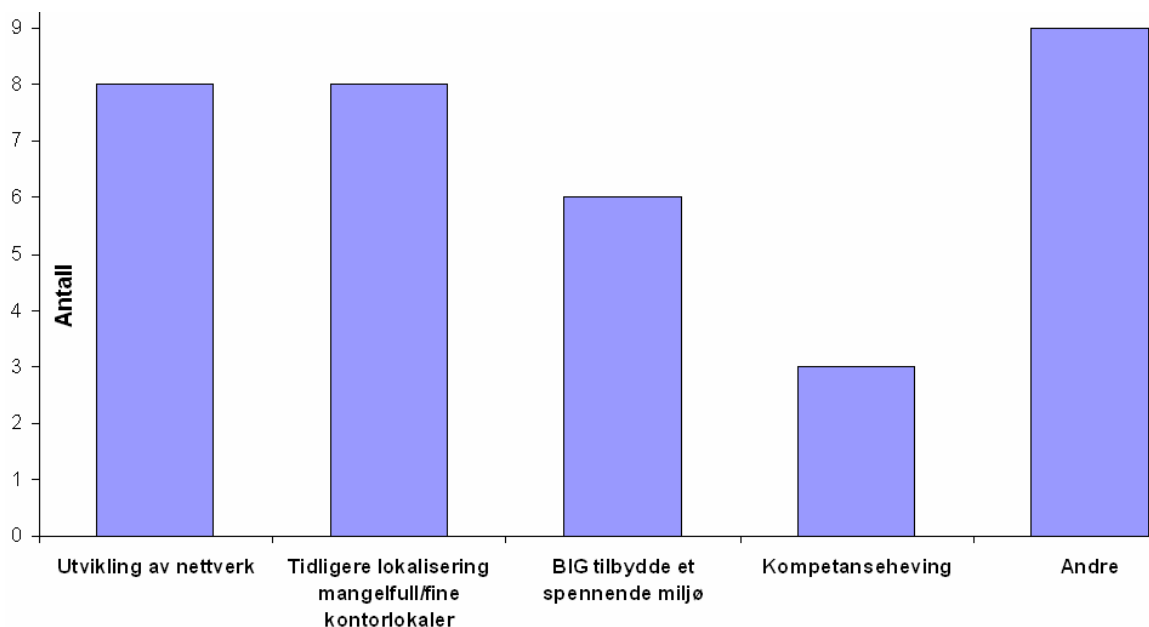
Av de kommentarer som ble gitt i tillegg under intervjuene kan nevnes at enkelte er opptatt av om det er for mye idealister med for lite vekstkraft blant BIG-bedriftene. De lurte på hvor mange av bedriftene som er i live om ett år. Noen synes det er for mange lokale bedrifter, mens andre synes at nettopp dette er positivt at de har fått et slikt tilbud i en region som har vært preget av få kompetansebedrifter, lite nyskaping og lite FoU.

BIG anses å gi et positivt faglig bidrag på disse områder, samtidig som den også har en positiv symbolverdi om at det skjer noe. En kommentar gikk på at dette nok er positivt for bedriftene i inkubatoren, men har begrenset regional betydning fordi den var så lite i inngrep med flyplass- og FoU-miljøer.

Kommentar til svarene: I etterkant ser vi at det kan være en svakhet at vi ikke har presisert BIGs målsettinger for pilotperioden. De som har svart negativt ovenfor, har i for stor grad vurdert resultater i forhold til de langsiktige målsettingene. Disse noe ”negative” informantene er imidlertid enig om at de kortsiktige målene i stor grad er nådd. Samtidig er det interessant at forventningene til BIG er store, og samtidig at de kortsiktige målsettingene muligens ikke er godt nok kjent av flere av interessentene. Men for å gjenta: de aller fleste er fornøyd med oppnåelsen av de kortsiktige målsettingene.

3.4 Tjenestene i BIG og deres bruk, betydning og kvalitetsvurdering

Vårt utgangspunkt her er hva som var bedriftenes hensikt med å flytte inn i BIG. Tjenestene som BIG tilbyr er knyttet til nettverk, kontor, miljø og kompetanse. Resultatene gis i tabellen under. Merk at hver bedrift på dette spørsmålet kan oppgi flere alternativer.



Figur 2: Hva var bedriftens motivasjon for å flytte inn i BIG ut fra tjenestene som tilbys? N = 13.

Vi ser at det er utvikling av nettverk og behov for kontorlokaler som nevnes mest, tett fulgt av å komme til et spennende miljø. Kun tre av bedriftene nevner kompetanseheving eksplisitt.

9 av 13 bedrifter nevnte også andre forhold som var en motivasjon, men ikke nødvendigvis kunne knyttes direkte opp mot tjenestene. Forhold som ble nevnt var: økt salg, kort oppsigelsestid, lav leiepris, etableringshjelp og det å utvikle bedriften generelt.

3.4.1 Kontor

8 av bedriftene var motivert av BIGs tilbud om kontorlokaler. Vi skal nå se på i hvilken grad kunden har benyttet seg av kontorene, og hvordan de vurderer nytten og kvaliteten ved kontorlokalene.

Tabell 3: Bruk, nytte og kvalitet ved kontortjenester i BIG. Antall.

I hvilken grad har bedriftene benyttet inkubatorens tjenester innen kontor?	
Liten/middels grad	3
Stor grad	10
Sum	13
Hvordan vurderer bedriftene sin nytte av tjenestene i BIG innen kontor?	
Liten/middels grad	2
Stor grad	11
Sum	13
Hvordan vurderer bedriftene kvaliteten på tjenestene i BIG innen kontor?	
Middels	1
God	12
Sum	13

10 av 13 har benyttet kontorene i stor grad, mens bare 1 av 13 har benyttet kontoret i liten grad. Når bedriftene så blir bedt om å vurdere nytten og kvaliteten av kontorene finner vi at 11 av 13 vurderer nytten av kontorlokalene som stor. 12 av 13 vurderer kvaliteten av kontorene som god/meget god.

Blant de 8 bedriftene som flyttet til BIG på grunn av kontorlokalene, mener 6 av 8 at nytten er stor og 7 av 8 at kvaliteten er god. Blant de resterende 5 er alle enige om at nytten er stor og at kvaliteten er god. Alle 10 bedrifter som har benyttet seg av kontortjenesten i stor grad har hatt stor nytte av tjenesten og mener at kvaliteten er god.

Konklusjon: Av dette kan vi slutte at inkubatorbedriftene er godt fornøyde med tjenestene på kontorområdet, og at de bruker dem i stor grad.

3.4.2 Miljø

6 av 13 bedrifter flyttet til BIG på grunn av et spennende miljø. Vi skal nå se på i hvilken grad kunden har benyttet seg av miljøet, og hvordan de vurderer nytten og kvaliteten av miljøet.

Tabell 4: Bruk, nytte og kvalitet ved miljøtjenester i BIG. Antall.

I hvilken grad har bedriftene benyttet inkubatorens tjenester innen miljø?	
Liten grad	5
Middels grad	1
Stor grad	10
Sum	13
Hvordan vurderer bedriftene sin nytte av tjenestene i BIG innen miljø?	
Liten grad	3
Middels grad	2
Stor grad	8
Sum	13
Hvordan vurderer bedriftene kvaliteten på tjenestene i BIG innen miljø?	
Dårlig	3
Middels	3
God	7
Sum	13

7 av 13 bedrifter har benyttet seg av miljøet i stor grad, mens 5 av 13 har benyttet seg av det i liten grad. Når bedriftene så blir bedt om å vurdere nytten og kvaliteten av miljøet, finner vi at: 8 av 13 vurderer nytten som stor mens 3 vurderer nytten som liten. 7 av 13 vurderer kvaliteten ved miljøet som gode, mens 3 vurderer kvaliteten som dårlig.

Blant de 6 bedriftene som var motivert av at BIG kunne tilby et spennende miljø, vurderer 5 av 6 nytten som stor og kvaliteten som god. Blant de 7 bedriftene som ikke var motiverte av tjenestene innen miljø vurderer 3 nytten som stor og 3 nytten som liten, mens 2 vurderer kvaliteten som god og 3 vurderer kvaliteten som dårlig.

Blant de 7 bedriftene som benytter seg av miljøet i stor grad, vurderer 6 av 7 nytten som stor og kvaliteten som god. Blant de 5 bedriftene som har benyttet seg av miljøet i liten grad, sier 3 at nytten er liten og at kvaliteten er dårlig.

Konklusjonen også når det gjelder miljø, er at dette er bra resultater. Flere påpekte at selv om bedriftene er i ulike bransjer, kan det være noe av lære av andre som er i samme bedriftsfase, dvs i etablering. Om de savnet et litt større faglig miljø varierte i stor grad fra bedrift til bedrift.

3.4.3 Nettverk

8 av 13 bedrifter var opptatt av muligheten for å utvikle nettverk, da de flyttet inn i BIG. Vi skal nå se på i hvilken grad kunden har benyttet seg av inkubatorens tjenester innen nettverk, og hvordan de vurderer nytten og kvaliteten ved tjenestene innen nettverk. Det er færre bedrifter som svarte på spørsmålene om nettverk, da de følte at de ikke hadde grunnlag for å uttale seg. Disse er med i kategorien ”ikke/liten grad”. Det er nok også litt større usikkerhet med påliteligheten i svarene om nettverk, da enkelte av de som har brukt nettverk lite, heller svarer ut fra ”antatt nytte og antatt kvalitet” hvis de hadde hatt behov. Noen var også litt usikre på hva som lå i nettverkstilbudet.

Tabell 5: *Bruk, nytte og kvalitet ved tjenester om nettverk i BIG. Antall.*

I hvilken grad har bedriftene benyttet inkubatorens tjenester innen nettverk?	
Ikke i noen grad/Liten grad	10
Middels/stor grad	3
Sum	13
Hvordan vurderer bedriftene sin nytte av tjenestene i BIG innen nettverk?	
Liten grad	8
Middels grad	2
Stor grad	3
Sum	13
Hvordan vurderer bedriftene kvaliteten på tjenestene i BIG innen nettverk?	
Dårlig	4
Middels	3
God	6
Sum	13

Dette viser at 3 av 13 bedrifter har benyttet seg av inkubatorens tjenester innen nettverk i middels/stor grad, mens 10 av 13 har benyttet seg av tjenestene i liten/ingen grad. Når bedriftene så blir bedt om å vurdere nytten og kvaliteten av tjenestene innen nettverk finner vi at 5 av 13 vurderer nytten som middels/stor mens 8 av 13 mener at de ikke har hatt noen

nytte/liten nytte. 3 vurderer kvaliteten som middels/god mens 4 vurderer kvaliteten som dårlig.²

Blant de 8 bedriftene som hadde nettverk som sin begrunnelse for å flytte inn i BIG, vurderer 5 av 8 nytten som liten og bare 1 har hatt stor nytte. 2 av de åtte mener at kvaliteten på nettverks-tjenestene er gode mens 2 mener at kvaliteten er dårlig. Blant de 5 bedriftene som ikke grunnga nettverk som motiv for innflytting i BIG, vurderer 3 av disse at nytten er liten mens 2 bedrifter anser nytten som stor. 2 mener at kvaliteten er dårlig og 1 mener at den er middels.

Kommentarer:

Det er grunn til å stille seg spørsmål om hvorfor så få av bedriftene har benyttet BIG sine nettverkstjenester, spesielt når det var såpass mange som nevnte dette som en grunn til å flytte inn i BIG. Gjennom intervjuene fikk vi noen innspill, uten at vi kan tallfeste relativ betydning av disse. En forklaring som flere informanter nevnte var at de ikke så relevansen av de nettverkstilbud som var presentert i forhold til bedriftens egen situasjon og behov. Vi kan også ha spekulasjoner om at noe av behovet for nettverk er dekket gjennom kontakt med andre bedrifter i BIG. Det kan ha vært litt ulik tolkning i begrepet nettverk: både som betegnelse som tilbud fra BIG selv, og som tjenester som oppstår spontant mellom bedriftene i BIG. Vi tenkte på den første definisjonen, men dette kan ha blitt tolket annerledes, over telefon. Uansett tolkning, virker det å være behov for mer konkret informasjon til brukerne når det gjelder nettverk, og bedre kartlegging av de reelle behov hos bedriftene. Når det gjelder svarene om kvaliteten på nettverkstjenestene, skal vi også tolke svarene med noe varsomhet, spesielt blant de som har brukt tjenesten lite. Svarene kan også ha blitt tolket som en antatt kvalitet som de har dannet seg en oppfatning om.

3.4.4 Kompetanse

Bare 3 av 13 bedriftene angir kompetanseheving som motivasjon for innflyttingen i BIG. Vi skal nå se på i hvilken grad kunden har benyttet seg av inkubatorens tjenester innen kompetanse, og hvordan de vurderer nytten og kvaliteten ved tjenestene innen kompetanse.

Tabell 6: *Bruk, nytte og kvalitet ved kompetansetjenesten i BIG. Antall*

I hvilken grad har bedriftene benyttet inkubatorens tjenester innen kompetanse?	
Liten grad	6
Middels grad	4
Stor grad	3
Sum	13
Hvordan vurderer bedriftene sin nytte av tjenestene i BIG innen kompetanse?	
Liten grad	6
Middels grad	2
Stor grad	5
Sum	13
Hvordan vurderer bedriftene kvaliteten på tjenestene i BIG innen kompetanse?	
Dårlig	6
Middels	2
God	5
Sum	13

² 6 av respondentene fant det vanskelig å si noe om kvaliteten.

7 av 13 bedrifter har benyttet seg av inkubatorens tjenester innen kompetanse i middels/stor grad, mens 6 av 13 har benyttet seg av tjenestene i liten grad. I forhold til at kun tre sa at kompetanse var viktig for å flytte til BIG, er dette bra. Når bedriftene blir bedt om å vurdere nytten og kvaliteten av tjenestene innen nettverk, finner vi at 7 av 13 vurderer nytten som middels/stor, mens 6 av 13 mener at de ikke har hatt noen nytte/liten nytte. 7 vurderer kvaliteten som middels/god mens 6 vurderer kvaliteten som dårlig.

2 av de 3 bedriftene som var motiverte av ønsket om kompetanseheving, vurderer nytten som stor og kvaliteten som god. Alle 3 har også hatt stor nytte av andre inkubatorbedrifters kompetanse.

Blant de 7 bedriftene som benytter seg av tjenestene knyttet til kompetanse i middels/stor grad, vurderer 4 av 7 nytten som middels/stor og kvaliteten som god. Blant de 6 bedriftene som har benyttet seg av tjenestene knyttet til kompetanse i liten grad sier 5 av 6 at nytten er liten og at kvaliteten er dårlig, mens 1 mener at nytten og kvaliteten har vært middels.

Kommentarer:

Det er kun tre som har hatt stor bruk av kompetanse, men det samsvarer med det antallet som nevnte dette som årsak til innflytting i BIG. Egentlig er dette et lavt tall til å være bedrifter i en inkubator, som må forventes å være fokusert på kompetanseutvikling. Verdt å merke seg at det er et relativt stort antall (6) som vurderer kvaliteten på denne tjenesten som dårlig. Dette er for det meste bedrifter som har benyttet tjenesten i liten grad. Likevel må vi nevne at det i to-tre intervjuer ble gitt til dels svært negative kommentarer til kvaliteten og omfanget av kompetanse som ble gitt, spesielt i forhold til det som de trodde lå i tjenestetilbudet fra BIG. Det er både når det gjelder kompetanse, men også når det gjelder nettverk, et behov for å få avklart om forventningene til brukerne er i samsvar med BIG sitt reelle tjenestetilbud. Vi har ikke listet opp hvilke kompetansetilbud de enkelte bedrifter har benyttet. Men for de fleste bedriftene har dette dreid seg om individuelle samtaler ved innflytting, samt noen samtaler underveis, der omfanget er avhengig av behovene for den enkelte bedrift. Flere av bedriftene benyttet seg også av mulighetene til samtaler med firmaet Connect, når de var på besøk på gjestekontor. Da var samtaletemaer spesielt knyttet til valg av strategier og forretningsmodeller. En av bedriftene, Promaware, hadde også individuell samtale med Campus Kjeller om sin forretningsplan. Etter samtale med prosjektleder for BIG, er det Mediekunstnerne, Norwegian Chitosan og Formic Nome som i størst grad har benyttet seg av kompetansetjenesten. Det dreier seg om individuelle møter med prosjektleder, deltakelse på fellesmøter og individuelle samtaler med eksterne personer som har holdt foredrag eller hatt individuell veiledning.

Ut fra den lista over tjenester som ble presentert i kapittel 2.4.2, virker det som det reelle tilbudet fra BIG har vært noe lavere. Dette samsvarer også med synspunkter fra enkelte bedrifter og uttalelser fra prosjektansvarlig og prosjektleder om at tjenestene innen kompetanse ble redusert på grunn av ressurser/rammebetingelser. Samtidig har det vært lagt vekt på fra BIG sin side at konkrete tjenester ikke har blitt tilbudt før de har blitt reelt etterspurt. Av de planlagte tjenester som vi ikke noterte oss benyttet av BIG-bedriftene var:

- bistand til internasjonalisering gjennom EU-prosjekter og intern kompetanse
- mentorer fra næringslivet
- rekruttere styrerepresentanter fra regionen

Det er et mindretall bedrifter, 2-3 bedrifter, som også sier at den tilbudte kompetansen ikke var relevant, både fordi kompetansen ikke var bra nok og fordi det ikke var den type kompetanse de trengte. Disse sier også at det burde vært bedre presisering om hvilke tjenester

som konkret ble tilbudt, og hva tjenestespesifikasjonene var (tilgjengelighet, omfang, nivå mv) for å bygge opp de riktige forventninger hos brukerne.

Som konklusjon om kompetanse kan vi i hvert fall si at resultatene er noe blandet: Kompetanse har blitt prioritert i begrenset grad av BIG. Halvdelen av bedrifter har benyttet kompetanse i middels/stor grad og er godt fornøyd. Den andre halvdelen er middels/lite fornøyd.

3.4.5 Ønsker om nye tjenester og nye bedrifter

Vi spurte også bedriftene i BIG om de så behovet for andre tjenester og nye bedrifter.

8 av 13 bedrifter sa at de ønsker seg flere tjenester. Av flere nevnes blant annet felles regnskapsfører, gjestekontor, presentable fellesarealer/møterom, og at de kontraktsfestede tjenestene må følges opp bedre, samt at inkubatorleder må være mer tilstede.

8 av 13 bedrifter har også spesielle ønsker når det gjelder nye bedrifter. Her nevnes: kunnskapsbedrifter, IKT-bedrifter, kjemi/farmasi, vann og avløpsteknikk, jurist og regnskapsfører.

3.4.6 Andre informanters vurdering av tjenestene som tilbys i BIG

De ni informantene nevnt i kap. 3.3.4 ble stilt spørsmål om hvilke av tjenestene i BIG som de synes var de mest viktige. Sju av respondentene mente at kompetanse var viktigst, en mente nettverk og den siste mente at alle var like viktige. Av de ni informantene var det en som mente at alle var like viktige, mens fem av de sju andre mente at kompetanse var det viktigste. De to siste mente at nettverk og kontor var de viktigste. Generelt nevnes kompetanse og nettverk som de klart viktigste. Kontor og miljø er nødvendige men ikke tilstrekkelige betingelser for å kalles en fullverdig inkubator.

3.4.7 Hva har betydningen av BIG vært for næringslivet i regionen så langt?

De samme ni informantene, som i forrige spørsmål, ble også stilt spørsmål om antatt betydning av BIG så langt. Dette var et vanskelig spørsmål med knappe og lite konkrete svar. Det var kun tre av informantene som kunne navngi en av bedriftene i BIG, nemlig Ballongfoto.

Mange kommenterte også at det var vanskelig å besvare dette fordi det har gått så kort tid siden inkubatoren var åpnet. Flere mente at 15-20 bedrifter var lite i den store sammenheng, mens andre mente at alle bidrag teller. Flere mente også generelt at det uansett var positivt å ha en inkubator i området.

4. Forbedringer og planer for BIG

De samme ni informantene som under de siste spørsmålene i kapittel tre fikk også et spørsmål om behovet for endringer i BIG. Her var det mulig å angi flere alternativer av de oppgitt. Svarene er som følger, med tallet i de respektive alternativer.

4.1 Hvilke sider ved BIG trenger evt forandringer/forbedringer?

Tabell 7. Hvilke sider ved BIG trenger endringer/forbedringer. Antall. N = 9

	Antall
Klarere profil	6
Mer kontakt mot bedrifter/aktører i flyplassmiljøet:	6
Mer kontakt mot FOU-miljøer	4
Mer samarbeid med andre beslektede organisasjoner i regionen	4
Andre typer bedrifter	3
Annen lokalisering	1

Signalene fra informantene var entydige: BIG trenger å få en klarere profil med mer kontakt mot flyplassmiljøet og mot FoU-miljøer. Når det gjaldt FoU, var det mer samarbeid mot Campus Kjeller som ble nevnt av mange, samt at en nevnte Forskningsparken i Oslo. Fire informanter nevnte også behovet for mer samarbeid med andre organisasjoner i regionen (utover flyplassen), og da ble det tenkt spesielt på Innovasjon Gardermoen, Etablerersentrene i Akershus og Siva. Et par nevnte mer samarbeid mot Nedre Romerike regionen.

4.2 Framtidige markedsbehov for BIG

Som nevnt tidligere var en av endringene som ble gjort i oppdraget, at det var ønske fra referansegruppen om mer vektlegging av markedsbehovene for BIG. Dette innspillet ble gjort etter at de fleste intervjuene var foretatt, slik at suppleringen er skjedd gjennom et par andregangsintervjuer foruten at vi selv kommer med noen kommentarer i kap 4.2.2.

Vi gjør innledningsvis oppmerksom på at dette er et vanskelig spørsmål, og det finnes få andre undersøkelser om dette. Andre inkubatorer har også i stor grad anvendt prosjekter og praktiske forsøk framfor teoretiske markedsstudier. Av nyttige innspill fra andre inkubatorer kan tas med at det ikke bare må fokuseres på småbedrifter i egen region. Det er også relevant å se på muligheter i form av intraprenørskap i eksisterende bedrifter i regionen. Videre betyr den økende oppmerksomhet om såkalte virtuelle inkubatorer, at også relevante innovasjoner og gründere i andre geografiske områder kan være en del av en inkubators totale markedspotensial.

4.2.1 Innspill fra informantene

Mens det var mye konkrete og entydige kommentarer på forrige spørsmål, var det lite konkrete kommentarer på spørsmålet om hva det framtidige markedsbehovet er for BIG i flyplassregionen og hva BIG må gjøre for å møte dette. Noen nevnte selvsagt at området generelt var i vekst både befolknings- og sysselsettingsmessig. Det mest konkrete forslaget om markedsbehov var at BIG i større grad måtte se på udekkede behov innen flyplassrelaterte aktiviteter generelt og logistikk spesielt. Det ble anbefalt at det skjedde en enda sterkere dialog med flyplassmiljøet og med relevante FoU-miljøer for å få fram behov og eventuelt få til felles utviklingsaktiviteter. Selv om det generelt sett var mye positiv entusiasme rundt potensialet i samarbeid med "flyplassmiljøet", var det enkelte som var noe mer nølende fordi konkurransesituasjonen var hard. Disse anså det som meget vanskelig for norske regionale leverandører å konkurrere med internasjonale bedrifter som leverte til mange flyplasser. Dette ble bekreftet av representanter for SAS og OSL, som sa at det generelt sett er mange leverandører som henvender seg til dem. Men samtidig dukker det stadig opp nye behov, eksempelvis nye behov i forbindelse med bagasjehåndtering, informasjonssystemer, reklame, elektronisk kommunikasjon, og sikkerhetskontroll for eksempel av bærbare PC'er.

Selv om det var lite konkret om markedsbehov for inkubatoren, ble det kastet inn flere interessante tanker om prioriterte områder og samarbeidspartnere: Noen stikkord er at det bør tas sikte på et Høgskolestudium i logistikk, Nasjonalt Ekspertsenter i logistikk, eller et kompetansesenter innen kunnskapsbaserte tjenester, IT, logistikk og reiseliv. Nærmere samarbeid med prosjektet Digitale Gardermoregionen ble også nevnt, dvs Høykom-prosjektet om bredbånd for regional utvikling.

Flere nevnte behovet for å utvikle kompetanse og nettverk mellom regionale aktører, og samarbeid ut mot spisskompetansemiljøer andre steder. Et par informanter nevnte behovet for å utvikle næringsklynger, men at de tvilte på at slike eksisterte på Gardermoen i dag til tross for 12.500 sysselsatte. Når 70% av arbeidsplassene rundt hovedflyplassen er typisk operative oppgaver, og det er lite kontakt mot FoU-miljø, kan det vanskelig kalles næringsklynge i dag, var påstanden. Samtidig så disse informantene et potensial til å kunne utvikle en klynge på sikt, gitt spissing og samarbeid med rette miljøer, både næringsmessig, finansielt og innen FoU. På spørsmålet om hvordan BIG konkret kan bidra mot flyplassen, var et svar at de kunne initiere planprosesser, få til mer dialog, få til utviklings- og evt FoU-prosjekter, samt få fram relevant kunnskap fra andre flyplassområder om hvordan de har fått til et innovativt samarbeid mellom flyplassaktører, FoU, næringsliv og det offentlige.

Andre markedsmuligheter enn hos de 800 som er oppringt?

BIG har hatt telefonisk kontakt med 800 småbedrifter i regionen og nordre del av Oslo. Dette er et imponerende markedsarbeid. Samtidig viser dette at det ikke er et enkelt arbeid å rekruttere gründerbedrifter til Gardermoen. På vårt spørsmål om hva slags potensial det er for å rekruttere noen flere av disse 800 til BIG framover, svarer prosjektleder at dette er vanskelig å si. Antagelig er det lettere å rekruttere til BIG nå enn for et år siden i og med at det nå er et miljø på 14 bedrifter der. Blant de 46 bedriftene som har ønsket løsere tilknytning kan det ligge mulige nye bedrifter for BIG.

Antagelig må det identifiseres nye potensielle bedrifter for BIG også på andre måter. Prosjektleder for BIG nevnte spesielt to muligheter:

- Personer og bedrifter i flyplassområdet som kan være interessert i å starte egen virksomhet
- Finesse-prosjektet: Som nevnt er dette et samarbeid med ni internasjonale inkubatorer og kompetansemiljøer fra åtte forskjellige land med grense til Østersjøen. Det er utviklet en faglig møteplass for internasjonalisering av SMB, det er utviklet kurs for internasjonalisering av SMB, samt etablert nettverk og ”events for matchmaking” av bedrifter. Prosjektleder nevnte blant at dette kan gi muligheter for bruk av BIG som fysisk arena for møter, eller at utenlandske bedrifter knyttet til de utenlandske inkubatorene og som ønsker etablering i Norge kan være i BIG.

For å supplere disse forslagene, kommer evaluator nedenfor med noen ekstra forslag basert på informasjon innhentet fra andre kilder.

4.2.2 Våre kommentarer

Informantenes korte og generelle svar viser at det er vanskelig å uttale seg om markedspotensialet for en inkubator. Vi har også fått korte svar fra samtaler med andre inkubatorer i Norge, som generelt sier at: ”dette krever mye arbeid”, eller ”det er ikke enkelt, i hvert fall ikke å få tak i de gode ideene eller personene”. Unntaksvis rapporteres det om ”kø av prosjekter” i et fåtall inkubatorer. Samtidig ser vi at det i liten grad benyttes tradisjonelle markedsundersøkelser, men det gjøres heller praktisk utprøving i prosjekter og nettverk for å finne ut av markedet i praksis. Det har ikke vært rom for egne markedsundersøkelser i denne evalueringen.

Arbeidet med pilotperioden av BIG på Gardermoen viser at det heller ikke er enkelt å drive inkubatorjobb selv i den regionen med størst vekst i Norge de siste årene. Vi har tidligere gitt honnør til ledelsen i BIG for et stort markedsarbeid, men det kan også tolkes som at markedet her er utfordrende. Å gjennomføre over 800 telemarketingsamtaler for å få inn 16 bedrifter er en krevende jobb.

Antagelig er den beste form for markedsundersøkelse framover å foreta konkrete aktiviteter, framover for å sjekke villigheten hos aktører til å delta. Enkelte av de 800 bedriftene som ble kontaktet, spesielt de 46 som vil ha løsere tilknytning, kan muligens være potensielle inkubator bedrifter, nå når det allerede er et miljø i BIG. Men vi tror også det trengs andre tiltak. Det må ikke kun fokuseres på eksisterende småbedrifter i utvalgte segmenter i regionen. Det må være oppmerksomhet om slike i målgruppene i andre geografiske områder. Samtidig understrekes det fra andre inkubatorer i Norge at det er viktig ikke bare å tenke entreprenørskap, men også *intraprenørskap*. Dette betyr at det bør has kontakt med både Gardermomiljøet og andre miljøer i Norge innenfor de langsiktige satsingsområder, for å se hvordan mulige utviklingsprosjekter kan dannes og knyttes sammen virtuelt. Da kan disse være lokalisert i bedrifter eller lokale næringshager, men bruke BIG som en node i nettverket. Etter behov kan de ha fysiske møter. Det er også viktig at BIG får sterkere forbindelser mot aktuelle FoU-miljøer, både regionalt, nasjonalt og internasjonalt. Dette vil styrke den kompetansen og nettverk som kan tilbys framtidige inkubatorbedrifter, og samtidig gir dette økte muligheter for utviklingsprosjekter.

Tiltakene som bør vurderes kan grupperes på denne måten:

- **Flyplassmiljøet: prosjekter og intraprenørskap:** Det er viktig å komme i gang med prosjekter mot flyplassmiljøet for å se om bedriftene der selv eller personer i disse bedriftene har forretningsideer, evt kan de kobles opp i utviklingsprosjekter med samarbeidspartnere inkludert FoU-miljøer. Det bør finnes inspirasjon og eksempler fra utenlandske miljøer, eksempelvis "Centre of Expertise for Logistics" i Vaata i Finland, som har nettside: <http://www.uudenmaanosaamiskeskus.fi/logistics/english/index.cfm>
- **Utnyttelse av internasjonale prosjekter/nettverk:** BIG er engasjert i flere nasjonale og internasjonale nettverk: Et spørsmål er hvordan Finesse og andre prosjekter kan utnyttes til konkret nytte både for dagens leietakere og skape enda flere forretningsideer og flere gründere i BIG, samt evt. nytte for intraprenørskapsprosjekter i flyplassmiljøet.
- **Ungt entreprenørskap:** vi forstår at det er stor aktivitet i utdanningsinstitusjoner når det gjelder entreprenørskap. Kan dette utnyttes til fordel for BIG?
- **Virtuell/distribuert inkubator:** en trend blant norske inkubatorer er at de spesialiseres og blir landsdekkende. I så fall må også BIG se etter gründere andre steder enn på Romerike. Men dette forutsetter at profilen rendyrkes og at det er kompetanse i BIG som kan gi de nødvendige spesielle tjenestene til målgruppene.

Pilotperioden har vist at det er mulig å fylle opp en generell inkubator. Samtidig ser vi at andre inkubatorer i større grad blir spesialiserte, blir mer internasjonalisert og får av disse grunner også en mer virtuell/distribuert organisasjonsform. Dette er også i tråd med de krav som SIVA stiller for framtidige inkubatorer, ut fra at de generelle regionale inkubatorene har hatt begrenset suksess. Antagelig vil den neste perioden for BIG bli enda mer krevende, fordi det da må legges mer vekt på disse kriteriene, og det blir mer viktig å vurdere innovasjonspotensialet i hvert case i inkubatoren framfor å tenke så mye på antall bedrifter.

Vi har ikke tall som kan konkretisere hvor stort framtidig antall inkubatorbedrifter dette kan gi. Det vi kan si er at det er stor usikkerhet til framtidig marked for BIG, men at det ligger muligheter ved å gjøre noen av tiltakene ovenfor. Samtidig vet vi også at området rundt Gardermoregionen fremdeles er i sterk vekst, som vil være en positiv kraft i arbeidet framover. Inkubatorarbeid krever tid, og erfaringer fra andre inkubatorer viser at dette tar langt mer tid enn tre kvart år. Tidsperspektivet for å lage kommersielle bedrifter av ideer er flere år, og derfor har SIVA et fem års perspektiv i sine avtaler med inkubatorer.

5. Organisering framover

Kapittel fem tar for seg beskrivelse av framtidig organisering, med vekt på kriterier og mulige aktører

5.1 Innledning

Å vurdere elementer i både framtidig organisering og finansiering var opprinnelig en del av mandatet for dette prosjektet. Etter innspill fra referansegruppen, ble delen om finansiering kuttet ut. Derfor gjenstår bare delen om organisering.

Omfanget av denne delen er imidlertid langt mindre enn selve evalueringsdelen om status og utvikling av BIG så langt. Vi skal imidlertid komme med en del generelle kriterier og noen konkrete anbefalinger spesielt om deltakere, mest basert på innspill fra informantene. Innspillene om organisering var korte, generelle, relativt lite begrunnet og delvis sprikende. Vi føler at det på dette punktet bør tas dialoger for å få kommentarer til rapportutkastene, og at det samtidig følges opp med dialoger om mulige løsninger. Det som skrives her kan derfor betraktes som innspill og start i en lengre prosess.

5.2 Organisering

Som nevnt var det få forslag og noe uklare og sprikende signaler som ble gitt av informantene når det gjaldt organisering. Flere foreslo at de som finansierte skulle være med organisasjons/styringsmessig. Med uklar finansiering er det også vanskelig å skrive noe om organisering. Andre presiserte at det kunne være andre aktører som styrte inkubatoren framover i det daglige enn eierne, gitt klare mål og styringssignaler fra eierne.

Et annet tema som ble berørt var om BIG skulle være et eget AS eller del av et større AS. Et par sentrale lokale representanter mente at det burde bli eget AS, men andre mente at det heller burde bli en satellitt eller filial under et annet AS. Her ble igjen Campus Kjeller trukket fram. Siva nevnte for øvrig at i flere inkubatorer rundt i Norge er inkubatorene en del av Kunnskapsparkene, der sistnevnte er et AS. Av disse årsaker virker det som "for ambisiøst" å lage et eget AS for en framtidig BIG. En annen årsak som også støtter dette argumentet er at flere informanter mente at det egentlig var for mange inkubatorer i Norge. "Den på Gardermoen må i hvert fall måtte legges under en annen hvis den skal ha et videre liv", var et utsagn som flere benyttet.

Et annet Siva-krav, som det er verdt til å lytte til, uansett deres engasjement, er at det må være en daglig leder i inkubatoren. Denne må ha en vesentlig tid for administrasjon og planlegging, og ha kompetanse på sentrale områder som for eksempel kommersialisering og ha gode nettverksegenskaper.

Når det gjaldt konkrete navn på institusjoner som burde delta på en eller annen måte rundt BIG, ble nevnt aktører som Innovasjon Norge, SIVA, FoU-institusjon som Campus Kjeller, Akershus Fylkeskommune, og næringslivet gjennom Innovasjon Gardermoen eller direkte fra noen av de største bedriftene. Aktuelle kommuner eller ØRU burde delta i ulike organer slik som styringsgruppe og referansegruppe. Det var litt uenighet om det var viktig å få med "så

mange som mulig”, eller at deltakelsen skulle begrenses. Egentlig tolket vi svarene slik at det var ønskelig med en bred deltakelse i ulike organer, men at selve den operative drift kunne eller burde settes bort til en dedikert aktør. Her ble det nevnt flere aktuelle drivere, hvorav Innovasjon Gardermoen og Etablerersentrene i Akershus ble nevnt som to eksempler. Begge to er faktisk også interesserte i en slik rolle. Her kan det antagelig trekkes fram flere aktuelle kandidater, uten at vi foreslår eller velger mellom disse. Dette får heller være del av den videre lokale/regionale prosessen.

Vi hadde også et eget spørsmål om hvordan informantene og dens organisasjon kunne tenke seg å bidra i forhold til BIG framover. Vi lister ikke opp noe mer konkret av dette ut over de få konkrete eksemplene vi har nevnt til nå. De fleste av informantene kan tenke seg å bidra i ulike posisjoner som styringsgruppe, referansegruppe, i utviklingsprosjekter, eller være ressurser etter behov. For de fleste gjelder at deres interesse forutsetter at det gjøres strategiske grep når det gjelder innholdet i BIG, som vi har referert flere ganger tidligere i rapporten. Det er kun et par av informantene, utenom bedriftene i BIG, som er interessert i kun en næringshage eller kontorhotell. De aller fleste av dagens bedrifter i BIG er derimot ikke særlig opptatt av denne problemstillingen. De foreløpige konklusjonene når det gjelder organisering er derfor noe generelle:

- Vi foreslår ikke at det bør lages et eget AS for BIG, men den bør være del av en større enhet, fortrinnsvis FoU-relatert slik som Campus Kjeller.
- Det må ansettes en daglig leder.
- Mange av våre informanter kan være interessert i å bidra i ulike styrende organer, referansegrupper eller utviklingsprosjekter, gitt at det gjøres tilpasninger for å gjøre det til en mer ”reell inkubator”
- De som skal drive inkubatoren framover, trenger ikke være de samme som de som eier. Innovasjon Gardermoen er nevnt av flere som en mulig driver, evt. sammen med en annen.
- Det bør søkes mer samarbeid med andre aktører som jobber med nærings- og bedriftsutvikling i regionen, slik som Etablerersentrene i Akershus.

5.3 ”Hva slags ressurser har BIG å tilby andre?”

Ut fra signaler fra informanter vi har snakket med i virkemiddelapparatet som sier at det er for mange inkubatorer i Norge, og på grunn av at BIG trenger samarbeidspartnere både med kompetanse og kapital, virker en framtidig virksomhet å være betinget av et formelt samarbeid med en annen organisasjon. Det alternativet som trekkes mest fram blant informantene er Campus Kjeller. Dette ut fra geografisk nærhet og delvis at det kan være noen fellesinteresser for eksempel knyttet til sikkerhet. Campus Kjeller har samfunnsikkerhet som et av sine satsingsområder, ved siden av energi & miljø. Vi skal ikke drive forhandlinger her, eller vurdere Campus Kjeller opp mot andre eventuelle alternativer. Det vi vil nevne er generelt de ”ressurser” som BIG kan tilby og tilføre en framtidig samarbeidspartner:

- BIG har etablert en inkubator med bra kontorlokaler for opp mot 20 småbedrifter, som har utviklet et godt samspill, og der flere av disse har et innovasjons- og markedspotensial for sine produkter/tjenester

- BIG vil gi mulighet for at flere kunnskapsintensive (og internasjonale) små bedrifter vil etablere seg på Romerike. Dette kan gi ytterligere resultater i form av økt etablering og vekst for bedrifter knyttet til en annen inkubator, som f.eks Campus Kjeller miljøet. Dette kan også gi et økt rekrutteringsgrunnlag for kommersialisering av ideer og bedrifter for samarbeidspartneren.
- BIG har et interessant nettverk, spesielt knyttet til internasjonalisering, luftfart, transport og logistikk. Vi viser til beskrivelse av dette tidligere.
- BIG har en god tilknytning til kompetansebedriftene innen luftfart på Gardermoen og spin-off bedrifter fra disse, og bedre enn det samarbeidspartneren selv kan oppnå alene. Det er i dag omtrent 12.500 arbeidsplasser knyttet til flyplassen. Omtrent halvparten av disse er knyttet til luftfart. Helset (2005) vurderer at dette har kimen av en næringsklynge på grunn av det store antall arbeidsplasser innen disse næringer. Samtidig er vår kommentar at det mangler FoU-elementer for at det utgjør en klynge i klassisk forstand, definert ut fra Harvard professor Porter sin definisjon. Han definerer næringsklynge som "*geographic concentrations of interconnected companies and institutions in a particular field*". Næringsklynge er derfor en samling av bedrifter eller organisasjoner, som er koblet sammen gjennom samarbeid, handel, felles innsatsfaktorer og infrastruktur, og gjennom sosiale forbindelser. Hovedpunktet i teorien om næringsklynger er at bedrifter som deler den samme kompetanse og samme infrastruktur samlokaliserer og drar nytte av hva de andre bedriftene tilfører. Næringsklynger er kjennetegnet ved at kvaliteten på næringsomgivelsene er høy, hvilket gjør det mer attraktivt for bedrifter og enkeltpersoner å flytte dit, noe som i sin tur styrker kvaliteten på næringsomgivelsene og gjør det enda mer attraktivt å etablere seg der. Det oppstår derfor positive "spiraler" og selvforsterkende vekst, som drives fram av konkurranse, samarbeid, innovasjonspress og kunnskapsutvikling blant bedrifter innenfor relativt små geografiske områder. Eksempel på næringsklynger som nevnes oftest er Silicon Valley, filmmiljøet i Hollywood eller oljemiljøet i Houston, men Internett-klyngen i Kista i Stockholm, møbelklynge på Sunnmøre, lettmetallklynge på Raufoss er noen nordiske eksempler.

6. Analyse av dataene, svar på oppdragsgivers spørsmål

I dette kapitlet skal vi kort analysere dataene i lys av de tre spørsmålene oppdragsgiver har stilt.

6.1 Hvilke resultater er oppnådd?

6.1.1 Etablering og antall bedrifter

Det er etablert en inkubator, som snart inneholder 14 bedrifter, og 3-4 bedrifter har konkrete planer om å flytte inn til høsten. Bedriftene er stort sett fornøyd på de prioriterte områdene for BIG så langt, kontor og miljø. Kontorfasilitetene og det sosiale miljøet har vært godt benyttet av bedriftene, og de er fornøyd med både nytten og kvaliteten på disse to tjenestene.

Tjenestene nettverk og kompetanse har egentlig ikke hatt topp-prioritet i pilotperioden. Det er blandede erfaringer med tjenestene innen nettverk og kompetanse, og det er klare forbedringsmuligheter her. De som har benyttet tjenestene er stort sett fornøyd, og spesielt gjelder dette de 6-7 som har benyttet kompetansetjenesten i middels/stor grad. Nettverkstjenesten er benyttet i enda mindre grad. De 3-5 som er misfornøyd med kompetansetjenesten grunngir dette med at kompetansen ikke er relevant eller god nok, og generelt at det ikke er samsvar mellom de tjenester som er markedsført og de som er faktisk tilbudt. Herunder ligger også tilgjengelighet til prosjektleder. Når det gjelder nettverk, er det flere som tror at BIG har nyttige nettverk generelt sett, men vet foreløpig ikke hvorvidt disse er relevant for deres konkrete bedrift.

Det virker ikke som om bedriftene klart har oppfattet at tilbudene innen kompetanse og nettverk er mindre prioritert enn de to andre, og at også tilbudene måtte reduseres i løpet av pilotperioden. Men flere har jo kommentert dette. Burde denne reduksjonen i tilbud blitt bedre kommunisert til bedriftene? Også blant de andre informantene er det ulik grad av kjennskap til endringene i målsettingene.

Likevel gjentar vi at ut fra den reviderte kortsiktige målsettingen for BIG er måloppnåelse på punktet om antall bedrifter i løpet av pilotprosjektet, og også om bedriftenes bruk, nytte og kvalitetsvurdering av spesielt de prioriterte tjenestene kontor og miljø, i stor grad oppfylt.

6.1.2 Betydning av BIG for bedriftsutvikling

De aller fleste bedriftene sier at BIG har betydd mye for at de har fått profesjonalisert arbeidet og fått videreutviklet arbeidet med sin bedrift i den perioden de har vært i BIG. Bedriftene i BIG er spesielt fornøyd med og har hatt godt utbytte av kontorfasilitetene og det sosiale miljøet. Mange av dem har fått god hjelp av prosjektlederen i BIG til å diskutere relevante spørsmål knyttet til forretningsplaner, finansiering, nettverk, markedsføring osv. De arrangementer som har vært avholdt i BIG har generelt blitt betraktet som nyttige og inspirerende. Likevel er det spesielt 2-4 bedrifter i BIG som mener at deres forventninger til arrangementer, nettverk og kompetanse ikke har blitt oppfylt.

6.1.3 Hvor kjent er BIG?

Inkubatoren har som mål og bli godt kjent i markedet. Bedriftene i BIG er usikre på hvor godt kjent BIG er, og flesteparten mener middels eller lav på dette spørsmålet. De andre av våre informanter er mer positive til hvor godt kjent BIG er. Antall og type markedsaktiviteter fra BIG, spesielt det store antallet telefonhenvendelser (800 mot kompetanseorienterte småbedrifter under 5 ansatte i regionen), burde tyde på at den er bra kjent.

6.1.4 Andre informanter syn på BIG's måloppnåelse

Informantene utover BIG-bedriftene ble stilt spørsmål om BIG's vellykkethet i form av måloppnåelse. Alle disse ni informantene er enige om at de kortsiktige mål om etablering, antall bedrifter og deres fornøydhets er oppnådd.

Enkelte informanter skiller ikke så klart mellom kortsiktige og langsiktige mål, og kaller BIG så langt for middels eller lite vellykket. De refererer til at BIG skulle spesialiseres mot flyplassmiljøet og konsentrere seg spesielt om bedrifter innen logistikk, transport og lignende. Vi kan derfor merke oss disse forventningene og oppfatninger av målsettingene. Samtidig viser dette at enkelte nøkkelpersoner ikke helt har fått med seg de kortsiktige målsettinger for BIG. Samtidig kunne vi alternativt ha presisert de kortsiktige målsettingene bedre, men da hadde vi ikke fått fram dette forventningsgapet.

6.1.5 "Fremstå som attraktiv for bedrifter i målgruppene"

I revidert prosjektplan under punkt 3 om mål, står det at en av de kortsiktige målsettingene er å fremstå som attraktiv for bedrifter i målgruppene. Hvis vi tolker målgruppen i pilotperioden som små kompetansebedrifter i regionen, kan vi si at dette er oppnådd når BIG har oppfylt de kvantitative målsettingene.

Hvis vi tolker målgruppene til å være logistikk, transport, reiseliv mv, er det vanskeligere å uttale seg nå. Vi merker oss i det minste at en del "flyplassrelaterte bedrifter" er interessert i en løser tilknytning til BIG. Dette er en indikasjon på at BIG i det minste har en potensiell attraksjonskraft for bedrifter i målgruppene. Svar på om BIG er attraktiv i disse målgruppene, vil først kunne besvares senere. Men konklusjonen så langt er at BIG har vært attraktiv for småbedriftene i regionen, i kraft av kontorfasiliteter, miljøet, konkurransedyktig pris, brukbar lokalisering og supplert med spesielt kompetansetilbud knyttet til bistand til arbeid med forretningsplaner og finansiering. Selv om det ikke er så mange av BIG sine nettverk som er benyttet, har bedriftene selv benyttet hverandre i middels til stor grad. Dette gjelder både motivasjonsmessig og at de er diskusjonspartner om problemstillinger som alle oppstartsbedrifter har. For enkelte har de også utvekslet spesifikke faglige spørsmål. Noen har også inngått forretningsmessig samarbeid, for eksempel når det gjelder bistand til markedsføring, grafisk design og utforming av hjemmesider.

6.2 Bør BIG videreføres?

For det første vil vi slå fast at vi vurderer det som uaktuelt at BIG skal fortsette som en breddeinkubator framover. De fleste informanter ønsker ikke dette, og dette vil heller ikke tilfredsstillende krav som mulige finansieringskilder vil stille. Om Ullensaker Kommune og/eller utleier av næringslokaler vil la dette fortsette som et form for kontorhotell, tar vi ikke stilling til. Vi oppfatter vårt mandat til å vurdere om BIG skal videreføres som en inkubator, som tilfredsstiller framtidens krav.

Kravene til inkubatorer vil skjerpes framover, både fra markedet og fra aktører som SIVA. Dette gjelder spesielt knyttet til krav om spesialisering, kompetanse, bedrifters innovasjonsgrad, internasjonalisering og kobling til FoU-miljøer. For at BIG skal kunne ha legitimitet som inkubator mot bedrifter, sikre seg nye bedrifter, sikre seg samarbeidspartnere og sikre seg finansiering, er det nødvendig med følgende endringer framover:

- **Spesialisering, og mer samarbeid med ”flyplassmiljøet”:** BIGs tematiske innhold må konsentreres mer, om logistikk, transport, reiseliv ol. Samarbeidet med sentrale bedrifter i Gardermo-miljøet må styrkes, og utviklingsprosjekter bør settes i gang, dvs mer fokus på intraprenørskap. Bedriftene i BIG må i større grad avspeile satsingsområdene.
- **Økt geografisk virkeområde med virtuell organisering:** Økt spesialisering betyr at BIG også må se etter samarbeidspartnere andre steder enn på Romerike. Dette gjelder både når det gjelder FOU, og når det gjelder mulige entreprenørskaps- og intraprenørskapsprosjekter.
- **Mer fokus på FoU, internasjonalisering og utnyttelse av nettverk:** De aller fleste inkubatorer i Norge har samlokalisering eller samarbeid med FoU-miljøer. Dette er en viktig kilde til innovasjon. For å øke antallet og innovasjonsgraden i framtidige tjenester, produkter og bedrifter i BIG, trengs de mer formelt samarbeid med FoU-miljøer og kompetansemiljøer. Dette betyr at BIG må inngå samarbeid med et større miljø som har disse ressursene. Videre er BIG er engasjert i flere nasjonale og internasjonale nettverk. Et spørsmål er hvordan BIG kan utnytte både Finesse og andre slike prosjekter til konkret nytte for inkubatoren framover?

Prioritering av punktene over er derfor noe av det som må skje hvis BIG skal overleve i framtida. Samtidig kan gjerne flere av dagens BIG bedrifter bli i inkubatoren, for å gi et tilstrekkelig stort grundermiljø i BIG. Dette gjøres f.eks på IT-Fornebu, med ulike typer oppstartsbedrifter. Hvis tiltakene over gjennomføres, vil dette også sikre en annen organisering med større grad av økonomisk trygghet og mulighet for mer langsiktighet. Pilotperioden for BIG har hatt en ualminnelig kort tidshorisont til å være en inkubator, og dette kan ikke være tilfellet framover.

Hvis derimot innholdet i punktene ovenfor blir gjennomført, har vi indikasjoner fra våre intervjuer på at vesentlige bedrifter i Gardermo-regionen kan være interessert i å bli med i felles utviklingsprosjekter. Både disse og flesteparten av våre informanter i regionen er interessert i at BIG skal videreføres, gitt at slike endringer skjer.

Som nevnt tidligere er det lite markedsdata tilgjengelig, og det er usikkerhet og risiko knyttet til en framtidig inkubator i Gardermoregionen. Vi vet imidlertid at dette er en region i sterk vekst, og de prioriterte områdene innen logistikk, transport, reiseliv mv, er også i vekst takket være økt mobilitet i samfunnet. Eksemplet fra Finland viser også at det er mulig å få til

innovasjon i flyplassområder. Samtidig er det positiv stemning blant sentrale aktører i regionen for å gå videre, og det er oppnådd resultater på kort sikt som er for verdifulle til å slutføres allerede nå. Arbeid med inkubatorer er som nevnt tidligere en langsiktig prosess, gjerne med et fem års perspektiv. Innenfor det korte tidsrommet av pilotperioden på Gardermoen er det lagt et grunnlag. Dette bør videreføres med fokus på de tiltak som er skissert ovenfor. Det bør derfor legges opp til en videre drift på en begrenset periode, eksempelvis 1-2 år: I denne perioden ”pleies” de mest innovative bedriftene i dagens BIG, og det gjøres dreininger av inkubatoren i tråd med de forslag som er nevnt ovenfor. Interessentene må så på et definert tidspunkt, enten halvveis eller på slutten, vurdere om det er mulig å oppnå tilfredsstillende resultater på disse punktene. Hvis ikke, bør inkubatorprosjektet BIG da avsluttes.

En videreføring kan også bli uaktuell på et tidligere tidspunkt: Hvis det ikke er mulig å skaffe en FoU-partner høsten 2006, eller andre aktuelle finansieringskilder finner usikkerheten for stor, for eksempel knyttet til markedsgrunnlag for inkubator, bør det også være uaktuelt med videreføring som inkubator.

Konklusjon: Vi foreslår at inkubatoren gis en ”begrenset forlenget levetid”. Dette forutsetter endringer i BIG som inkluderer spesialisering, mer samarbeid, økt geografisk ekspansjon og mer fokus på FoU og internasjonalisering. Hvis forlengelse vedtas, bør det gjøres en evaluering for å vurdere om disse endringer har skjedd og om man er på vei til å nærme seg de langsiktige målsettingene. Er det ikke mulig å få til samarbeid med FoU-partner og mer langsiktige finansieringskilder ikke kan skaffes til veie, foreslår vi at BIG avvikles som inkubator.

6.3 Mulige modeller for organisering

Det er dette spørsmålet vi har minst grunnlag for å uttale oss, og der det er størst usikkerhet. Hva som framkommer her er også i større grad avhengig av de strategier som legges for BIG, samt politiske prosesser og forhandlinger mellom aktuelle parter. Hvis man får med aktører på eiersida slik som Campus Kjeller eller Siva, har disse sine prinsipper for organisering. Derfor er det av begrenset interesse å beskrive konkret mulige organiseringer på dette stadiet. Det vi gjør i dette utkastet av rapporten, er derfor å oppsummere noen av de punktene som informantene kom fram med. Dette er delvis generelle kriterier, og dernest en del opplisting av navn på aktuelle organisasjoner.

De foreløpige konklusjonene når det gjelder organisering er generelle:

- Vi foreslår ikke at det bør lages et eget AS for BIG, men den bør være del av en større enhet, fortrinnsvis FoU-relatert slik som Campus Kjeller.
- Det må ansettes en daglig leder.
- Mange av våre informanter er interessert i å bidra i ulike styrende organer, referansegrupper eller utviklingsprosjekter, gitt at det gjøres tilpasninger for å gjøre det til en mer ”reell inkubator”
- Egen driver: De som skal drive inkubatoren framover, trenger ikke være de samme som de som eier. Innovasjon Gardermoen er nevnt av flere som en mulig driver, evt sammen med andre.
- Det bør søkes mer samarbeid med andre aktører som jobber med nærings- og bedriftsutvikling i regionen, slik som Etablerersentrene i Akershus.

7. Avslutning

Bedriftene i BIG er fornøyd med og har hatt godt utbytte av kontorfasilitetene og det sosiale miljøet. Flere av dem har fått god støtte til bedriftsutvikling av BIG. Tjenestene innen nettverk og kompetanse har i følge prosjektansvarlig ikke vært så prioritert i pilotperioden, noe som også står i revidert prosjektplan. Hos bedriftene i BIG er det blandede erfaringer med utbyttet av tjenestene innen nettverk og kompetanse. Blant annet er det behov for klargjøring av tjenestespesifikasjon og avklaring av forventningene hos leietakerne. Men de 6-7 av bedriftene som har benyttet kompetansetjenesten i middels/stor grad, er stort sett fornøyd.

Det som de fleste informantene er mest imponert over når det gjelder BIG er at det er etablert en inkubator på meget kort tid og som har fått et relativt stort antall bedrifter. Det er litt nyanser i hvor kjent de anser BIG for å være, men generelt sett vurderes markedsføringen av BIG for bra. Målsettingen om antall bedrifter anses også som oppfylt. Enkelte informanter mener at BIG har for bred profil, og ikke har nok innovasjonsbedrifter og FoU-forbindelser så langt.

Alle informanter er enig om at det er behov for endringer i BIG framover hvis det skal være interessant for næringsliv å bidra finansielt, eller med kompetanse i styrende organer eller utviklingsprosjekter. For at BIG skal videreutvikles som inkubator, og tilfredsstillende framtidige krav, må det bli mer konsentrasjon om utvalgte satsingsområder som samsvarer med det som er sentralt på Gardermoen (flyplasstjenester, logistikk, transport, sikkerhet, reiseliv ol). Videre er det behov for sterkere vektlegging av FoU og internasjonalisering.

Vi foreslår at inkubatoren gis en "begrenset forlenget levetid", gitt at det gjøres endringer som nevnt ovenfor, og så gjøres det en ny vurdering for å se i hvilken grad disse endringer har skjedd.

Når det gjelder mulige modeller for organisering av et framtidig BIG, har vi foreløpig nøydd oss med å liste opp noen generelle prinsipper og mulige aktører på begge disse områdene.

Evaluering for tidlig?

Til slutt en liten kommentar om at denne evalueringen egentlig kommer for tidlig. BIG har ikke eksistert i lenger enn tre-kvart år. Erfaringer fra utlandet sier at det tar 5-10 år å etablere en inkubator (Havnes, 2003), og SIVA opererer også med slike tidsperspektiver. Faglig sett er det derfor for tidlig å evaluere en inkubator på så kort tid. Dette gjelder spesielt måloppnåelse på de mer komplekse delene av inkubatorens virksomhet: nettverk, kompetanse, akkvisisjon og utvikling av kompetanseintensive bedrifter, utvikle samspill med FOU-miljøer, og generelt vurdere betydningen av den for næringsliv og region.

Referanser

Ghauri, P, Grønhaug, K., Kristianslund, I. (1995): Research methods in business studies, Prentice Hall

Havnes, P-A (2003): Ni norske inkubatorer, midtveisgjennomgang av første pulje i SIVAs program, Agderforskning FoU-rapport nr 6/2003

Helset, A (2005): Analysis of flow of goods in the Oslo Airport Region, STRAIR report 3B, Econ

I tillegg er det benyttet mye dokumentasjon og planer for BIG, samt strategiske dokumenter slik som "Strategisk næringsplan for Gardermoregionen, 2002-2006, Entreprenørskap, prosjektbeskrivelse revidert 30. juni 2004.

Vedlegg:

Vedlegg 1: Intervjuliste over informanter.

Vedlegg 2: Nærmere om BIGs tjenester innen kompetanse og nettverk

Vedlegg 3: Inkubatorbedrifter med størst innovasjonspotensial

Vedlegg 4: Bedrifter fra nærområdet som er interessert i å være knyttet til BIG i form av et løsere nettverk.

Vedlegg 5: Personer/bedrifter/organisasjoner som har vært engasjert i BIG siden oppstarten i form av kompetansebidrag og nettverkssamarbeid.

Vedlegg 6: Veiledende intervjuguide for intervjuer av prosjektansvarlig og prosjektleder.

Vedlegg 7: Veiledende intervjuguide for intervjuer av bedrifter i BIG.

Vedlegg 7: Veiledende intervjuguide for intervjuer av andre bedrifter og næringsutviklingsaktører.

Vedlegg 9: Veiledende intervjuguide for intervjuer av ledende aktører i ØRU, Innovasjon Gardermoen, SNP ol.

Vedlegg 10: Veiledende intervjuguide for intervjuer av andre inkubatorer og relevante prosjekter.

Vedlegg 1: Intervjulist over informanter

	Bedriftene i Bizpoint Inkubator	Kontaktperson
1	Formic Nome	Øystein Nome
2	Ballongfoto	Gunnar Ellingsen
3	Mediekunstnerne	Frode Werner
4	Norwegian Chitosan	Toril Håkonsen
5	VA-Support	Tor Håkonsen
6	Son&Son	Shane Matheson
7	Digit Media	Shane Matheson
8	Promaware AS	Torkell Domaas
9	Ressurskompaniet	Rainer Pedersen
10	Vigdis Madsen	Vigdis Madsen
11	Reis og Se	Are Jerstad
12	Idedesign Heidi Hovland	Heidi Hovland
13	Interiørdesign	Marion Åsaune
14	Novo Sensa (fra 1.juli)	Morten Presterud Røvik
	Referansegruppen	Kontaktperson
15	Akershus fylkeskommune	Esben Trosterud (intervju med Tore Kobbergård i stedet)
16	SIVA	Kristin Woje Ellingsen
17	Innovasjon Norge	Knut Tore Kringstad
	Prosjektgruppe Entreprenørskap	Kontaktperson
18	Olav Thon Gruppen	Tron Harald Bjerke
19	Oslo Lufthavn	Geir Svegård
20	SAS Ground Services	Hans-Otto Halvorsen
21	Nordea Bank Norge	Halvor Danielsen
22	Innovasjon Norge	Knut Tore Kringstad
	Bedriftene i flyplassregionen	Kontaktperson
23	Radisson SAS	Christian Kahrs
24	Solar Elektroengros	Tim Ranger
25	Aberdeen Property Investors	Rolf O. Svendsen
	Andre inkubatorer og relaterte prosjekter	Kontaktperson
26	IT Fornebu Inkubatoren	Tor Saunes
27	Gjøvik Inkubator	Geir Glomstad
28	Campus Kjeller	Jonny Groth
29	Rogaland Kunnskapsark	Ole Jørgen Engelsvoll
30	Evolve	Mariann Vollan
31	Connect	Jorunn Pedersen
32	Innovasjon Norge	Hjalmar Lyngmo
33	Etablerersentrene i Akershus	Kjell-Asbjørn Zahl
	SNP styret, Innovasjon Gardermoen og ØRU	Kontaktperson
34	Nes kommune, styreleder SNP og ØRU	Ole Midtlien
35	Ullensaker kommune, styremedlem SNP og ØRU	Harald Espelund
36	Innovasjon Gardermoen, styremedlem SNP og IG	Harald Skjønberg
37	ØRU, daglig leder	Svein Hoelsæther
38	ØRU, styreleder	Hans Fredrik Bang
39	Innovasjon Gardermoen, daglig leder IG	Steinar Kristensen
	SNP Gardermoregionen	Kontaktperson
40	SNP Gardermoregionen	Kate Wilhelmsen
41	SNP Gardermoregionen	Giert von der Lippe

Vedlegg 2: Nærmere om BIGs tjenester innen kompetanse og nettverk

Selv om BIGs tjenester knyttet til kompetanse og nettverk ikke har så stor prioritet i pilotperioden som de to andre tjenestetypene, inneholder de mange forskjellige tilbud. At BIG har slike tilbud er det som skiller dem fra andre beslektede konsepter slik som kontorhotell og næringshager, som kun fokuserer på fysisk infrastruktur og der miljø følger av dette. Eksempler på slike konsepter i Norge er f.eks Regus og Evolve.

Kompetanse

I følge dokumentasjon fra BIG skal bedriftene i BIG få tilgang til verdifull kompetanse med blant annet:

- bistand til internasjonalisering gjennom EU-prosjekter og intern kompetanse
- matchmaking: finne internasjonale samarbeidspartnere
- mentorer fra næringslivet
- veiledning for oppstart av bedrifter
- rekruttere styrerepresentanter fra regionen
- videreformidling av praktiske tjenester som regnskap, IT og revisjon
- bistand til idé og forretningsutvikling
- bistand til å skrive forretnings- og markedsplan
- bistand til å søke om finansiell støtte
- bistand til markedsføring og PR
- generell veiledning og coaching

Overfor alle bedrifter er det vanlig å ha:

- 1) oppstartsmøte: hva er status, hva vil du, hva er behovene dine?
- 2) oppfølgingsmøte(r) etter behov, ca. 4-6 uker mellom

I tillegg til disse tiltakene rettet mot den enkelte bedrift, er det fellesopplegg etter innspill fra Inkubatorbedriftene, og såkalte gjestekontor. Disse to typer aktiviteter er nevnt i kapittel 2.7 av rapporten.

Et annet tiltak er såkalte mentor-nettverk i regionen, som kan komme med råd og innspill til videre drift, og bidra som observatører på styremøter. Inkubatorbedriftene vil også få tilgang til kurs og kompetanseheving via BIGs nettverk. Til slutt kan nevnes at BIG har laget et virtuelt ressurscenter på BIG sin hjemmeside, der man finner nyttige dokumenter for å lage forretningsplan, samt linker til andre relevante nettsteder (info om relevante problemstillinger, andre inkubatorsider mv).

Nettverk

Inkubatoren skal bistå med nettverk for oppstartsbedrifter og gründere. Inkubatoren er et nettverk i seg selv, men også utenfor inkubatoren skal BIG gi tilgang til viktige nettverk. BIG har gode relasjoner til de viktigste offentlige og private aktørene i regionen. Som en del av SNP Gardermoreregionen besitter BizPoint Inkubator et stort nettverk både nasjonalt og internasjonalt. Eksempler på slike nettverk er følgende:

- **Referansegruppe:** entreprenørskapsprosjektet referansegruppe består av representanter fra de viktigste private og offentlige aktørene i regionen, slik som Oslo Lufthavn (OSL) og SAS Ground Services.
- **Gründernetzwerk:** i løpet av rekrutteringsfasen er det bygd opp et nettverk av bedrifter og gründere som ikke har anledning til å være lokalisert i inkubatoren, men som har et ønske om å delta i gründernetzwerk i forbindelse med foredrag, tilstelninger og lignende.
- **Samarbeid med inkubatorer, forskningsmiljøer og kunnskapsmiljøer:** BIG har samarbeid med andre inkubatorer, forskningsmiljøer og kunnskapsmiljøer, slik som Connect Østlandet, Forskningsparken, Kunnskapsbyen Lillestrøm/Campus Kjeller, Oslo Teknopol IKS, Gjøvik Kunnskapspark, Etablerersentrene i Akershus, Innovasjon Gardermoen, Kunnskapsparken Hedmark, Kunnskapsparken Buskerud.
- **Samarbeid med ni internasjonale inkubatorer og kompetansmiljøer (Interreg IIC-prosjekt, STRAIR):** Her samarbeides det med ni internasjonale inkubatorer og kompetansmiljøer fra åtte forskjellige land med grense til Østersjøen gjennom Finesse-prosjektet. Det er utviklet en faglig møteplass for internasjonalisering av SMB, det er utviklet kurs for internasjonalisering av SMB, samt etablert nettverk og "events for matchmaking" av bedrifter (www.finesse-baltic.net).
- **Samarbeid om utvikling og innovasjon med syv flyplassregioner i Europa Interreg IIC-prosjekt, STRAIR:** Gjennom STRAIR-prosjektet samarbeider BIG om utvikling og innovasjon i flyplassregioner sammen med partnere fra Skottland, Sverige, Belgia og Spania. Dette prosjektet utøver tett samarbeid med Airport Regions Conference (ARC), og har som overordnet mål: "å utnytte velfungerende flyplasser som en motor for den regionale næringsutviklingen i den globale økonomien" (www.strair.org).
- **Nært samarbeid med de viktigste aktørene innenfor reiseliv, hotell og konferansevirksomhet:** Gjennom MeetingPoint-prosjektet samarbeider BIG med de viktigste aktørene innenfor reiseliv, hotell og konferansevirksomhet i regionen, blant annet SAS Radisson, Rainbow og Clarion-hotellene, Norges Varemesse m.fl (www.meetingpointnorway).

Vedlegg 3: Inkubatorbedrifter med størst innovasjonspotensial

Vurderingen av bedrifter til BIG er gjort etter kriterier knyttet til:

- produkt/tjenester: unikhet og kunder
- personlige egenskaper til gründer, og deres ambisjoner for vekst av virksomheten
- marked: potensial og konkurranse.

Blant bedriftene kan disse trekkes fram med det største innovasjonspotensial:

Norwegian Chitosan

Chitosan er et råstoff utvunnet av krabbe og rekeskall til diverse applikasjoner. Det selges til bedriftsmarkedet som råstoff til produksjon av blant annet mat, kosmetikk, vannrensing og konservering. Bedriften henvender seg til bedriftsmarkedet der Chitosan kan brukes i produksjon og vannrensing. Chitosan er et unikt produkt fordi det er et naturlig produkt som kan erstatte et kjemikaleprodukt. Innen matproduksjon vil Chitosan som et naturlig produkt kunne brukes som sprøytemiddel på frukt og til jordforbedring, og på denne måten erstatte kjemikalier. Gründerne har i et samarbeid med Matforsk om anvendelse av Chitosan i matproduksjon. Gründerne bak de to firmaene har anerkjent kompetanse innenfor vannrensing, en av applikasjonene. Det er et stort marked for anvendelse av Chitosan i Norge, med mange potensielle samarbeidspartnere. Norwegian Chitosan har etablert samarbeid med leverandører i Kina, og vil vurdere på sikt å starte egen produksjon. verdikjeden.

Ballongfoto

Ballongfoto driver luftfotografering med teleskopstang og luftballong. De kan ta oversiktsbilder for en brøkdel av prisen av luftfoto med fly. Kundene er blant annet eiendomsutviklere, eiendomsmeglere, arkitekter og arealplanleggere. Markedet er stort innenfor eiendomsbransjen, og er bare så vidt utnyttet. Nå brukes mer eller mindre hjemmelaget utstyr. Produktet er kun markedsført gjennom ”word of mouth metoden”. Derfor er det et stort utnyttet marked her.

Promaware

Dette firmaet leverer et prosjekt-/prosessstyringsverktøy for å automatisere prosessflyt i SMB-selskaper, eksempelvis i konsulentbransjen. Produktet er unikt sammenlignet med lignende prosjektstyringsverktøy fordi det ikke finnes liknende Internettbaserte prosjektstyringsverktøy som er like omfattende og brukervennlig. Det står fire gründerne med solid IT-bakgrunn bak selskapet. De ønsker å bygge opp firmaet og benytte seg av salgsorganisasjonen til en større bedrift. Gründerne beskriver markedet som noe som er ”på vei” til Norge og i vekst. Markedet er konsulentselskaper eller bredere: de som driver med prosjekt og prosessledelse.

Son & Son Media

Produktet er digitale eiendomsprospekter. Det dreier seg om filming av eiendom, og en presentasjon på CD-rom som kan distribueres i vanlig papir-prospekt. Kundene er hovedsakelig eiendomsutviklere og meglere for eiendommer i høy prisklasse. Det er to gründerne involvert: den ene har erfaring og kompetanse på filming, klipping og kommentar, men den andre har god erfaring fra salg. Markedet er stort, og konkurransen er hovedsakelig aktører som har 360 graders visning og lignende. Disse har imidlertid et enklere produkt.

Vedlegg 4: Bedrifter fra nærområdet som er interessert i å være knyttet til BIG i form av et løse nettverk:

Entegrate
Nina Sundby
Tom Henning Gulliksen
Dataregnskap
Fotballopplevelser AS
Competentia
Pathfinder
Stempelhobby
Wisy AS
Alexi.no
MSM Techtrans UK
EG Consult
GS Økonomitjenester
Romerike Opplevelser AS
Gjestad Consult
Sjøtun Data
Jan Tore Hafell
Tematur AS
Terje Langseth
Personal Rekruttering
Imagine Consulting
Casa la Perla/ Quality –life
Innovaria
Airport Innovation
Airborne Sensors and photogrammetry consultant as
Inkotek
JobZone Glåmdal
HIT-consult
Microtrade
Obsima
Japanzone
PVH
Caats Nordic
PreCappa
Airwing
Bjerk Communications
Tyretechs
Spiritec
Økonomiske Løsninger AS
Solveig Falla
Portfolio Systems
Kristen Elstad
Tor Johan Ekkjestøl
Leif Haugland
GSM-partner
EcoPak

Vedlegg 5: Personer/bedrifter/organisasjoner som har vært engasjert i BIG siden oppstarten i form av kompetansebidrag og nettverksarbeid

Organisasjon	Navn	Samarbeidsform	Når
Asker Vekst	Nils O. Tro	Nettverk, erfaringsutveksling	Generelt Aug 2005
Campus Kjeller	Jonny Groth, Terje Landsgård	Bedriftsrådgivning	Feb 2006
Campus Kjeller	Pål Sætre	Erfaringsutveksling	Juni 2005
Connect Østlandet	Jorun Pedersen	Bedriftsrådgivning	Nov 05 Jan 06 Mars 06
Digitale Gardermoen	Morten Braarud	Nettverk Møte om nettutbygging	Generelt Sept 05
Etablersentrene i Akershus	Kjell Asbjørn Zahl	Erfaringsutveksling Avtale om å sende videre aktuelle bedrifter	Juni 2005 Løpende
Evolve	Marianne Wollan	Erfaringsutveksling	Mai og juni 2005
FINESSE, Interreg IIC	9 prosjektpartnere	Tilbud om kobling mot utenlandske samarbeidspartnere	Mars 2006
Forskningsparken, Oslo	Lars Monrad Krohn	Erfaringsutveksling	Okt og nov 2005
Gjøvik Kunnskapspark	Ådne Midtlin	Erfaringsutveksling, nettverkshjelp	Juni 2005 Mars-april 2006
Høgskolen i Buskerud	Hege Eiklid	Erfaringsutveksling	Juni 2005
Innovasjon Gardermoen	Rune Tunhøvd	Foredrag, info	Nov 2005
Innovasjon Gardermoen	Steinar Kristensen	Bedriftsrådgivning	Juni 2006
Innovasjon Gardermoen	Tone Finbråten	Erfaringsutveksling Rekruttering	Juni 2005 Løpende
Innovasjon Norge	Hjalmar Lyngmo	Godkjenning av lokaler ifht mulighet for inkubatorstipend til bedrifter	Nov 05
IT Fornebu	Tor Saunes	Erfaringsutveksling	Juni 2005
Kommunikasjonshuset Renommé	Nina Ellingsen	Bedriftsrådgivning	Feb 2006
Kunnskapsbyen Lillestrøm	Svein Berby	Nettverk	Generelt
Meetingpoint Norway	Toril Engelberg	Nettverk, rekruttering	Generelt
NHO Innlandet	Harald Thoresen	Nettverk	Generelt
NHO Oslo Akershus	Per Harbø	Nettverk	Generelt
Nordea	Lars Petter Gran	Bedriftsinfo pensjon	Februar 2006
Oslo Kommune, Servicekontoret for Næringslivet	Arne Sveen	Bedriftsrådgivning	Nov 2005
Oslo Teknopol	Jon Gunnar Aasen	Nettverk	Generelt
Rotary	Erik Prøsch	Nettverk	Generelt
Venture Lab	Thomas Due	Nettverk	Generelt
ØRU	Svein Hoelsæter	Nettverk	Generelt

Vedlegg 6: Guide for intervjuer av prosjektansvarlig og prosjektleder



Tema: Evaluering av Bizpoint Inkubator Gardermoen (BIG)

- intervjuguide for samtale med Prosjektansvarlig og Prosjektleder

Dato for intervju:

Intervjuobjekt:

Intervjuer:

Formål, innhold og avgrensning for evalueringen

Evalueringen skal dokumentere resultater som er oppnådd, for eksempel knyttet til antall etableringer og dens betydning for bedrifters levedyktighet og utvikling. Videre skal evalueringen gi markedsvurderinger, basert på innspill fra bedrifter, om framtidig behov for tjenesten. Til slutt ønskes vurdering av alternative modeller for organisering av et eventuelt permanent tilbud for nyetablerte små kunnskapsbedrifter.

1. Måloppnåelse

1.1 Målene for BIG er knyttet til a) hvor kjent BIG er, b) egen kompetanseutvikling og nettverk, samt c) antall bedrifter i inkubatoren. I hvilken grad er disse oppfylt så langt?

	Oppfylt i meget stor grad	Oppfylt i stor grad	Passe oppfylt	Oppfylt i liten grad	Oppfylt i meget liten grad	Målekriterier
Mål en: Gjøre BIG kjent						
Mål to: Oppbygging av egen kompetanse og nettverk						
Mål tre: 5-10 nye bedrifter i 2005, 15 nye i 2006						

Utfyllende kommentarer, eksempelvis om: Hva er forklaringsfaktorer for høy måloppnåelse og for lav måloppnåelse.

1.2 Hvordan bedømmer du om BIG har vært vellykket eller ikke? (annet enn måloppnåelse?)

2. Unikhet og nytte

På hjemmesidene til BIG står det at dere ønsker å være unike i inkubatormiljøet i Norge.

2.1 Hva er det spesielle med BIG?

2.2 Hvordan finner dere ut om BIG er nyttig?

2.3 Hvilke erfaringer fra andre inkubatorer i Norge fant dere nyttige?

2. Tjenester fra BIG

3.1 Beskrivelser/innhold

BIG sine tjenester er knyttet til kompetanse, nettverk, miljø og kontortjenester. Beskriv innholdet i disse tjenestene, tjenestespesifikasjoner, pris mv.

- kompetanse:
- nettverk
- miljø:
- kontortjenester:

3.2 Etterspørsel etter tjenestene

Hva har vært de mest populære tjenestene og hvorfor?

3.3 Brukernes vurdering av tjenestene

Hvordan måler dere brukernes vurdering av tjenestene (kvalitet osv)

3.4 Eventuelle nye tjenestebehov

Er det planlagt nye tjenester i BIG ut fra kundeønsker eller tjenester dere ser i andre Inkubatorer?

3.5 Overraskelser og utfordringer

Er det overraskelser i positiv eller negativ retning knyttet til tjenestene? Hva slags utfordringer har det vært knyttet til leveransen av tjenestene?

3. Rekruttering av bedrifter

4.1 Hvordan har dere rekruttert bedrifter til BIG? (målgrupper, salgsargumenter, tiltak mv)

4.2 Hva er bedriftenes motiver for å flytte inn i BIG?

4.3 Hva har vært suksess, og hva har vært mindre vellykket av det dere har gjort?

4.4 Har det vært uenigheter om hvilke bedrifter som skulle inn i BIG?

4.5 Hvor enkelt har det vært å rekruttere bedrifter til BIG, hva har vært utfordringene? Har dere fått inn slike bedrifter dere ønsket?

4. Organisering og finansiering av BIG

5.1 Er det noe spesielt med organiseringen av BIG i forhold til andre inkubatorer i Norge? Er det noen organisatoriske utfordringer?

5.2 Er det noe spesielt med finansieringen av BIG i forhold til andre inkubatorer i Norge? Hva er de finansielle utfordringene?

5.3 Hva er dine ønsker og forslag knyttet til framtidig organisering og finansiering av BIG, etter pilotperioden?

5. Synspunkter på BIG i dag og framover

6.1 Hva er et ditt framtidsscenario for innholdet i BIG i for eksempel 2010 og/eller 2015? Hvordan kan BIG bli et enda sterkere verktøy for regional utvikling i Gardermoregionen, og sentral i et nettverk av inkubatorer i Norge?

6.2 Hvilke interessenter ser positivt på BIG, og hvorfor? Hva slags potens. ser de?

6.3 Hvilke interessenter ser ikke positivt på BIG, og hvorfor?

6.4 Hva er de kritiske suksessfaktorene for BIG framover?

7. Andre kommentarer

Vedlegg 7: Guide for intervjuer av bedrifter i BIG



Tema: Evaluering av Bizpoint Inkubator Gardermoen (BIG)

- Intervjuguide for telefonsamtale med bedrifter i inkubatoren, Svein B/050606a

Dato for intervju:

Navn på bedrift:

Antall ansatte i bedriften som er i BIG:

Bedrift etablert når:

Intervjuobjekt/stilling:

Intervjuer:

Formål, innhold og avgrensning for evalueringen

Evalueringen skal dokumentere resultater som er oppnådd, for eksempel knyttet til antall etableringer og dens betydning for bedrifters levedyktighet og utvikling. Videre skal evalueringen gi markedsvurderinger, basert på innspill fra bedrifter, om framtidig behov for tjenesten. Til slutt ønskes vurdering av alternative modeller for organisering av et eventuelt permanent tilbud for nyetablerte små kunnskapsbedrifter.

A. Bedriftens bruk av BIG

1. Hvor hørte du/bedriften om BIG første gang?

Bedrifter/kontakter i BIG	Andre bedrifter/kontakter	Omtale i pressen
SIVA	Akershus fylkeskommune	Kommune
Innovasjon Norge	Bedriftsrådgivere/konsulenter	Oppringt fra BIG
Andre (Noter)		

2. Hvor lenge har bedriften vært i BIG?

Under 1/2 år	1/2 - 1 år	
--------------	------------	--

3. Hva var bedriftens motivasjon for å flytte inn i BIG? (flere altern.)

BIG tilbydde et spennende miljø	Kompetanseheving	Utvikling av nettverk
Tidligere lokalisering mangelfull	Økt salg	Produktutvikling
Annet (Noter): billigere leie, utvikle bedriften		

4. BIG sine tjenester er knyttet til kompetanse, nettverk og miljø.

I hvilken grad har bedriften benyttet inkubatorens tjenester innen:

	Meget liten	Liten	Middels	Stor	Meget stor	Evt kommentarer
Kontor						
Miljø						
Kompetanse						
Nettverk						

B. Nytte, kvalitet, måloppnåelse og anbefaling

5. Hvordan vurderer bedriften sin nytte av tjenestene i BIG?

Tjenester	Meget liten	Liten	Middels	Stor	Meget stor	Evt kommentarer
Kontor						
Kompetanse						
Nettverk						
Miljø						

Begrunn: hvordan har bedriftens utvikling blitt påvirket av tiden i BIG?

6. I hvilken grad har bedriften hatt nytte av å være i kontorfellesskap med andre i samme situasjon

	Meget liten	Liten	Middels	Stor	Meget stor
--	-------------	-------	---------	------	------------

7. I hvilken grad har BIG påvirket arbeidsmiljøet kontra f.eks hjemmekontor?

	Meget liten	Liten	Middels	Stor	Meget stor
--	-------------	-------	---------	------	------------

8. I hvilken grad har bedriften hatt nytte av andre inkubatorbedrifters kompetanse?

	Meget liten	Liten	Middels	Stor	Meget stor
--	-------------	-------	---------	------	------------

9. Hvordan vurderer bedriften kvaliteten på tjenestene i BIG?

Tjenester	Meget dårlig	Dårlig	Middels	God	Meget god
Kontor					
Kompetanse					
Nettverk					
Miljø					

10. Hvis ”meget dårlig”, ”dårlig” eller ”middels”: Hvor er forbedringspotensialet på tjenestene til BIG, nevn eksempler:

Kontortjenester	
Kompetanse	
Nettverk	
Miljø	

11. Måloppnåelse for BIG: I hvilken grad mener du at målsettingen om å gjøre BIG kjent er oppfylt så langt?

Meget liten	Liten	Middels	Stor	Meget stor
-------------	-------	---------	------	------------

Evt kommentar:

12. Anbefaling: I hvilken grad vil du anbefale BIG for andre bedrifter?

Meget liten	Liten	Middels	Stor	Meget stor
-------------	-------	---------	------	------------

Evt kommentar:

C. Framtidige behov og planer

13. Hvor lenge har du/bedriften tenkt å være i BIG?

Under 1/2 år	1/2 - 1 år	1-2 år	Mer enn 2 år	
--------------	------------	--------	--------------	--

14. Hvilke andre tjenester kunne dere tenkt dere i BIG enn de eksisterende?

Ingen	Noter hvis ja:
-------	----------------

15. Er det andre (type) bedrifter dere kunne tenkt dere i BIG?

Nei	Noter hvis ja:
-----	----------------

16. Økonomi/betalingsvillighet: Hvor høy økning ut fra dagens leiepris er akseptabel for dere etter at pilotprosjektet er slutført?

Lik dagens pris	Lav (opp til 50 %)	Moderat (50 til 100%)	Høy (100% eller mer)
-----------------	--------------------	-----------------------	----------------------

D. Synspunkter på organisering, finansiering og framtid

17. Hvilke ønsker/forslag har du/bedriften knyttet til framtidig organisering og finansiering av BIG, etter pilotperioden?

18. Ut fra ditt/bedriftens ståsted: Hva er de kritiske suksessfaktorene for BIG framover?

19. Hva er et ditt framtidsscenario for innholdet i BIG, for eksempel i 2010?

Takk for at du deltok i undersøkelsen!

Vedlegg 8: Guide for intervjuer av andre bedrifter og næringsutviklingsaktører, utenom BIG



Tema: Evaluering av Bizpoint Inkubator Gardermoen (BIG)

- Intervjuguide for telefonsamtale, Svein B/070606

Dato for intervju:

Navn på informant og organisasjon:

Stilling/ansvarsområde:

**Hva slags kjennskap eller rolle har du i forhold til Inkubatoren?
(finansierer, bruker, referansegruppe, annet..)**

Intervjuer:

Del en: Status for Bizpoint Inkubator Gardermoen (BIG)

1. Hvor godt kjenner du BIG?

Meget dårlig/lite	Dårlig/lite	Passe	Middels	Godt	Meget godt
-------------------	-------------	-------	---------	------	------------

2. Hvor mange bedrifter er i BIG nå?

5-10	10-15	15-20			
------	-------	-------	--	--	--

Hva slags type bedrifter er dette?

3. Betydningen av tjenestene som tilbys i BIG

BIG tilbyr tjenester innen kontor, miljø, nettverk og kompetanse. Hvilke av disse synes du er de mest viktige?

4. Hvor vellykket synes du BIG har vært så langt, for eksempel: i hvilken grad er målsettingene for BIG oppfylt?

I meget liten grad	I liten grad	Passe	I stor grad	I meget stor grad	Vet ikke
--------------------	--------------	-------	-------------	-------------------	----------

Begrunnelse:

5. Hva har betydningen av BIG vært for næringslivet i regionen så langt?

5.1 Har noen av bedriftene i BIG blitt lagt merke til som selvstendig bedrift og ikke bare som del av BIG?

5.2 Andre kommentarer om betydning for næringsliv og evt region?

6. Hvilke sider ved BIG trenger evt forandringer/bedringer? (flere altern. mulig)

Flere/andre tjenester	Flere bedrifter	Andre typer bedrifter
Klarere profil	Annen lokalisering	Mer markedsføring/profileringe
Mer samarbeid med andre beslektede organisasjoner i regionen	Mer kontakt mot FOU-miljøer	Mer kontakt mot bedrifter/aktører i flyplassmiljøet
Evt annet:		

Del to: Ad videreføring av Bizpoint Inkubator Gardermoen

9. Hva er dine ønsker og forslag knyttet til framtidig organisering og finansiering av BIG, etter pilotperioden?

9.1 Organisering

Aktuelle kommuner må delta	Næringsliv må delta	Fylkeskommunen må delta
Innovasjon Norge og Siva må delta	FOU-institusjoner må delta	Andre utviklings-aktører må delta:
Andre kommentarer til organisering:		

9.2 Finansiering

Aktuelle kommuner må delta	Næringsliv må delta	Fylkeskommunen må delta
Innovasjon Norge og Siva må delta	FOU-institusjoner må delta	Andre utviklingsaktører må delta:
Andre kommentarer til finansiering:		

10. Hvordan kan din bedrift tenke seg å bidra i BIG framover?

Ikke aktuelt å bidra	Bidra finansielt	Være med i styringsgruppe
Være med i referansegruppe	Delta i utviklingsprosjekter	Være ressurser etter behov
Andre mulige bidrag:		

11. Scenario BIG i 2010: Hvordan kan BIG da være et enda sterkere verktøy for regional utvikling i Gardermoregionen, og sentralt i et nettverk av inkubatorer i Norge?

12 Andre kommentarer: hvorfor fortsatt BIG i Gardermoregionen?

Takk for at du deltok i undersøkelsen!

Vedlegg 9: Guide for intervjuer av SNP, ØRU, Innovasjon Gardermoen og lignende.



Tema: Evaluering av Bizpoint Inkubator Gardermoen (BIG)

- Intervjuguide for telefonsamtale, Svein B/070606 (SNP, INNOVGARD, ØRU)

Dato for intervju:

Navn på informant og organisasjon:

Stilling/ansvarsområde:

**Hva slags rolle har du i forhold til Inkubatoren?
(finansierer, bruker, referansegruppe, styret, annet..)**

Intervjuer:

Del en: Status for Bizpoint Inkubator Gardermoen (BIG)

1. Hvor godt kjenner du BIG?

Meget dårlig/lite	Dårlig/lite	Passe	Middels	Godt	Meget godt
-------------------	-------------	-------	---------	------	------------

2. Hvor mange bedrifter er i BIG nå?

5-10	10-15	15-20			
------	-------	-------	--	--	--

Hva slags type bedrifter er dette?

3. Betydningen av tjenestene som tilbys i BIG

BIG tilbyr tjenester innen kontor, miljø, nettverk og kompetanse. Hvilke av disse synes du er de mest viktige?

4. Hvor vellykket synes du BIG har vært så langt, for eksempel: i hvilken grad er målsettingene for BIG oppfylt?

I meget liten grad	I liten grad	Passe	I stor grad	I meget stor grad	Vet ikke
--------------------	--------------	-------	-------------	-------------------	----------

Begrunnelse:

5. Hva har betydningen av BIG vært for næringslivet i regionen så langt?

5.1 Har noen av bedriftene i BIG blitt lagt merke til som selvstendig bedrift og ikke bare som del av BIG?

5.2 Andre kommentarer om betydning for næringsliv og evt region?

6. Hvilke sider ved BIG trenger evt forandringer/bedringer? (flere altern. mulig)

Flere/andre tjenester	Flere bedrifter	Andre typer bedrifter
Klarere profil	Annen lokalisering	Mer markedsføring/profileringe
Mer samarbeid med andre beslektede organisasjoner i regionen	Mer kontakt mot FOU-miljøer	Mer kontakt mot bedrifter/aktører i flyplassmiljøet
Evt annet:		

Del to: Ad videreføring av Bizpoint Inkubator Gardermoen

6. Hva er framtidige markedsbehov for BIG i flyplassregionen:

- for hvilke type bedrifter, personer og behov?

- og hva må BIG gjøre for å møte dette? (nye tjenester, flere bedrifter i BIG, bedre finansiering, bedre markedsføring, mer samarbeid, andre aktiviteter..)

7. BIG har sine satsingsområder innen bl.a luftfart, logistikk, innovasjon, reiseliv. Hvordan kan BIG bidra i utvikling av tjenester til nytte for bedriftene på flyplassen?

8. Er det behov for en annen arbeidsdeling ifm BIG i forhold til andre organisasjoner som jobber med innovasjon og næringsutvikling i regionen?

9. Hva er dine ønsker og forslag knyttet til framtidig organisering og finansiering av BIG, etter pilotperioden?

9.1 Organisering

Aktuelle kommuner må delta	Næringsliv må delta	Fylkeskommunen må delta
Innovasjon Norge og Siva må delta	FOU-institusjoner må delta	Andre utviklings-aktører må delta:
Andre kommentarer til organisering:		

9.2 Finansiering

Aktuelle kommuner må delta	Næringsliv må delta	Fylkeskommunen må delta
Innovasjon Norge og Siva må delta	FOU-institusjoner må delta	Andre utviklingsaktører må delta:
Andre kommentarer til finansiering:		

10. Hvordan kan din bedrift tenke seg å bidra i BIG framover?

Ikke aktuelt å bidra	Bidra finansielt	Være med i styringsgruppe
Være med i referansegruppe	Delta i utviklingsprosjekter	Være ressurser etter behov
Andre mulige bidrag:		

11 Scenario BIG i 2010: Hvordan kan BIG da være et enda sterkere verktøy for regional utvikling i Gardermoregionen, og sentralt i et nettverk av inkubatorer i Norge?

12. Andre kommentarer: hvorfor fortsatt BIG i Gardermoregionen?

Takk for at du deltok i undersøkelsen!

Vedlegg 10: Guide for intervjuer av andre inkubatorer og andre prosjekter



Tema: Evaluering av Bizpoint Inkubator Gardermoen (BIG)

- Intervjuguide for telefonsamtale med andre inkubatorer/relaterte prosjekter, Svein B/020606

Dato for intervju:

Navn på inkubator/prosjekt:

Intervjuobjekt/stilling:

Intervjuer:

A. Nøkkeldata

1. Når startet Inkubatoren opp?
2. Hvor mange bedrifter er i Inkubatoren nå, hva slags type (bransje)?
3. Hvordan rekrutteres bedriftene til Inkubatoren?
4. Hvilke tjenester tilbyr Inkubatoren, og hva betaler bedriftene for å være i inkubatoren?
5. Hvordan finansieres Inkubatoren?

B. Evalueringskriterier og måloppnåelse

6. Hvilke målsettinger har Inkubatoren og i hvilken grad er disse oppfylt?

7. Hvilke kriterier benyttes for å vurdere om Inkubatoren er vellykket?

Oppfyller sine mål	Nyttig for bedriftene	Bedriftene er fornøyd
Antall/type bedrifter	Omfang av samarbeid	Bedrer lønnsomheten

Andre kommentarer om dette:

8. På hvilke områder har din Inkubator lyktes spesielt godt, og hvorfor?

9. På hvilke områder har Inkubatoren forbedringspotensial?

C. Framtid

10. Hvilke prioriterte satsinger/tiltak, evt nye tjenester, nye bedrifter, er det for Inkubatoren det nærmeste året?

11. Vil det bli endring i organisering av Inkubatoren i nærmeste framtid?

12. Hvordan er den langsiktige finansieringen av Inkubatoren?

13. Hva er ditt scenario for din Inkubator i 2010? Hva slags nye roller kan det tenkes at Inkubatoren kan ha?

14. Nevn en Inkubator som du mener er vellykket og hvorfor?

Takk for at du deltok i undersøkelsen!

Evaluering av Bizpoint Inkubator Gardermoen

Bizpoint Inkubator Gardermoen (BIG) er et vekstmiljø for små kunnskapsbedrifter, som tilbyr kompetanse, nettverk, miljø og kontortjenester i oppbyggingsfasen av en bedrift. BIG ble startet i september 2005, som et pilotprosjekt, og skal avsluttes pr 1. oktober 2006. Rapporten evaluerer pilotperioden. Evalueringen skal dokumentere resultater som er oppnådd i pilotperioden, besvare spørsmålet om pilotprosjektet bør videreføres og i tilfelle beskrive mulige modeller knyttet til organisering.

Konklusjonen på disse spørsmålene er:

Resultater: Det er etablert en inkubator på kort tid med snart 16 bedrifter, som spesielt er godt fornøyd med kontorfasiliteter og miljø.

Nettverk og kompetanse har vært mindre prioritert, og erfaringene er mer blandet.

Ut fra det relativt store antall bedrifter i BIG, kan vi si at den har vært attraktiv i målgruppen små kompetansebedrifter i regionen. BIG har også opparbeidet god markeds kunnskap.

Videreføring: Vi foreslår at inkubatoren gis en "begrenset forlenget levetid".

Dette forutsetter endringer i BIG som inkluderer spesialisering, mer samarbeid, økt geografisk ekspansjon og mer fokus på FoU og internasjonalisering.

Hvis forlengelse vedtas, bør det gjøres en evaluering for å vurdere om disse endringer har skjedd og om man er på vei til å nærme seg de langsiktige målsettingene. Er det ikke mulig å få til samarbeid med FoU-partner og mer langsiktige finansieringskilder ikke kan skaffes til veie, foreslår vi at BIG avvikles som inkubator.

Mulige modeller for organisering: Dette spørsmålet avhenger av hvordan det foregående spørsmålet besvares. I rapporten så langt har vi listet opp generelle kriterier og mulige aktører.

ØF-rapport nr.: 13/2006

ISBN nr.: 82-7356-592-0