

RAPPORT

ENTREPRENØRSKAP I NORD-NORGE



MENON-PUBLIKASJON NR. 6/2019

Av Leo A. Grünfeld, Ragnhild Sjoner Syrstad og Tori Løge

Innhold

Sammendrag:	2
Tre tiltak for å sette fart i nordnorsk gründervirksomhet:	2
1. ENTREPRENØRSKAP: EN MOTOR FOR NÆRINGSUTVIKLING	3
2. NYETABLELTE BEDRIFTER I NORD-NORGE	4
2.1. Få entreprenører i Nord-Norge	4
2.2. Den tunge veien fra entreprenørskap til overlevelse	7
2.3. Mange nyskapede arbeidsplasser i landsdelen	8
CASE SALT: Kunnskapsmatrosene i Lofoten	10
2.4. Entreprenørskapets rolle i næringene i nord	11
3. VEKSTSELSKAPER I NORD-NORGE	12
CASE Nordøy Sea: Ny mat til koreanere	14
4. TILGANG PÅ KAPITAL TIL NYE BEDRIFTER I NORD-NORGE	15
4.1. Hva er tidligfasekapital?	15
CASE Biim Ultrasound: Enkel ultralyd og diagnostikk i hverdagen	16
4.2. Såkorn og venture-investeringer i Nord-Norge	17
5. EFFEKTIVE TILTAK FOR ØKT ENTREPRENØRSKAP I NORD	19
CASE Bædi og Børði: Mer moro for unga med	20
CASE SmartDok: Effektivitet på all verdens byggeplasser	21

Sammendrag:

I denne rapporten ser vi i Menon nærmere på entreprenørskapet i Nord-Norge. Vi spør: Er det for lite av det? Er vilkårene for entreprenørskap like gode i nord som i sør her i landet? Hva som kan gjøres for å skape større verdier i Nord-Norge gjennom entreprenørskap i tiden som kommer?

- Det er grunn til å fastslå at Nord-Norge har et betydelig potensial i form av økt entreprenørskap i tiden fremover. Nord-Norge har langt mindre entreprenørskap i næringslivet enn resten av landet. Det handler mye om hvor tett folk bor her i landsdelen (fravær av store byer), men det finnes mange eksempler på at gründerånden er sterk også i mer grisgrente strøk. Veksten i antall nyetableringer i Nord-Norge de siste årene har vært høy, men ikke høyere enn i resten av landet og bedriftenes evne til å overleve er i stor grad den samme i Nord-Norge som andre steder i landet.
- Entreprenørskap i Nord-Norge er en viktig kilde til sysselsetting. En av tre jobber i næringslivet i landsdelen finner man i bedrifter som er 10 år eller yngre. Dette understøtter behovet for økt vilje og evne til nyetablering av bedrifter. De trengs.
- Nordnorske entreprenører viser gradvis sterkere evne til å vokse. Alle nordnorske fylker klatrer raskt på gasselékåringene og ligger nå helt i toppen. Andelen oppstartselskaper som blir vekstselskaper etter 5 år er nå like høy eller høyere i nord enn i resten av landet.
- Ser man 20 år tilbake finnes det en rekke eksempler på nye bedrifter i Nord-Norge som nå har vokst seg store og solide, men svært få av dem har blitt virkelig store. Man må reise lenger sør i landet for å finne de bedriftene som har nådd en omsetning på over en milliard kroner. Hva som er årsaken vites ikke, men det kan hvile på manglende vilje til å vokse utenfor landsdelen.
- Nye bedrifter trenger kapital. 2017 og 2018 var svært dårlige år for tilførsel av kapital til selskaper i tidlig fase i Nord-Norge, og trenden over tid peker klart nedover. Kun 3 % av risikokapital i norske fond finner veien nordover nå og det meste kommer gjennom investeringsfond med statlig støtte og eierskap. Det er godt mulig at det finnes investeringsvillige nordnorske investorer, men de kanaliserte lite kapital til unge foretak i landsdelen.

Tre tiltak for å sette fart i nordnorsk gründervirksomhet:

Det trengs et særskilt løft for å få opp entreprenørskapet i nord, for mer nyetablering kan styrke konkurransen, øke innovasjonstakten og gjøre det lettere for unge å finne relevant arbeid i landsdelen; også for de som lett faller ut av videregående skole. Entreprenørskap er en flott måte å klare seg på ved skoletrøtthet.

Vi foreslår tre tiltak som kan sette fart på gründervirksomheten i nord.

1. Et lite gründerstipend til entreprenører som når ut til de fleste med vekstambisjoner. Tanken er å få flere til å starte. Fylkeskommunene kan ta ansvar for å skille de gode prosjekter fra de dårlige i utvelgelsesprosessen.
2. Rette mer innsats mot de som faller ut av videregående skole. De skoletrøtte kan skape mye gjennom entreprenørskap, de må bare vite hvordan.
3. Opprettelse av en ekspansjonsgaranti for banklån som finansierer vekstplaner utenfor Nord-Norge i litt mer modne bedrifter. Det trengs for å stimulere nordnorske entreprenører til å ta risiko i mer ukjente markeder.

1. Entreprenørskap: En motor for næringsutvikling

Entreprenører i norsk næringsliv får mye oppmerksomhet for tiden. Så også i Nord-Norge. Etter mange år med stemoderlig behandling i presse, offentlig sektor og i skolen, er gründerne på vei til å bli morgendagens helter. Behovet for entreprenører er stort i en tid der norsk og nordnorsk næringsliv skal gå gjennom store endringer.

Den økte oppmerksomheten er med rette. Bedrifter som i dag er yngre enn 10 år sysselsetter over 50 000 personer i Nord-Norge. Dette betyr at hver tredje sysselsatt i nordnorsk næringsliv jobber i en gründerbedrift. Studier om små bedrifters sysselsettingsvirkninger i USA og Europa viser at små og mellomstore bedrifter bidrar mer til nye arbeidsplasser enn størrelsen skulle tilsi. De har også mer fornøyde ansatte, og de har en indirekte positiv påvirkning på sysselsettingsveksten i regionen på lang sikt.

Ifølge Menon (2015) går det til enhver tid 1 million mennesker rundt her i landet som enten har startet for seg selv eller som drømmer om det. Med andre ord har en av fire i voksen alder en gründerdrøm. Selv om mange prøver seg, er det få som lykkes. 30 prosent av entreprenørene overlever de første 5 årene og kun 4 prosent kan betegnes som vekstentreprenører etter 5 år.

De siste 20 årene har det dukket opp en lang rekke nye nordnorske foretak med stor suksess på både nasjonale og internasjonale markeder. Brønnøy Kalk sender kalkstein ut i hele Europa til en verdi av 130 millioner i året. Letsea på Dønna tester havbruksløsninger for over 300 millioner i året. Gifas i Gildeskål gjør det samme og selger også for over 300 millioner i året. Momek i Mo i Rana selger årlig avanserte verkstedstjenester for nær 100 millioner. Nordlaks i Stokmarknes eksporterer laks for 600 millioner i året. Consto i Tromsø bygger og prosjekterer for over 1,5 milliarder etter mindre enn ti år. Cinderella i Lyngen produserer forbrenningstoletter for over 120 millioner i året. Finnmark Rein selger nøye merket reinkjøtt for 130 millioner i året. Svalbard Adventure Group koordinerer en rekke opplevelsesaktører på Spitsbergen og selger for nærmere 100 millioner i året.

Det finnes mange slike bedrifter i her i nord, men svært få har blitt virkelig store. Andre steder i landet har man klart dette. Ta for eksempel Norwegian, Chess, Sats-Elixia, Aibel, Elkjøp, Opera Software, Seadrill, og XXL. De omsatte alle for mer enn en milliard etter noen år. I Nord-Norge er det bare Consto som har klart dette. Skal de nye selskapene klare seg på de store internasjonale markedene er de også avhengig av størrelse. Antallet såkalte «born globals» i Norge, som går rett fra fødsel og ut i internasjonale markeder, er dessverre mikroskopisk lite.

Er det vanskeligere å lykkes i Nord-Norge enn andre steder, eller handler det om mangel på kompetanse og vilje? Kapitalmarkedet for små og unge bedrifter i Nord-Norge er mindre og smalere enn andre steder i landet. Arbeidsmarkedene er også gjennomgående små i mange deler av landsdelen. Det gjør det vanskeligere å stable på beina de nødvendige ressursene som må til får å få fart på selskapet. Entreprenørskap handler stort sett om penger og riktige folk, mer enn rett sted.

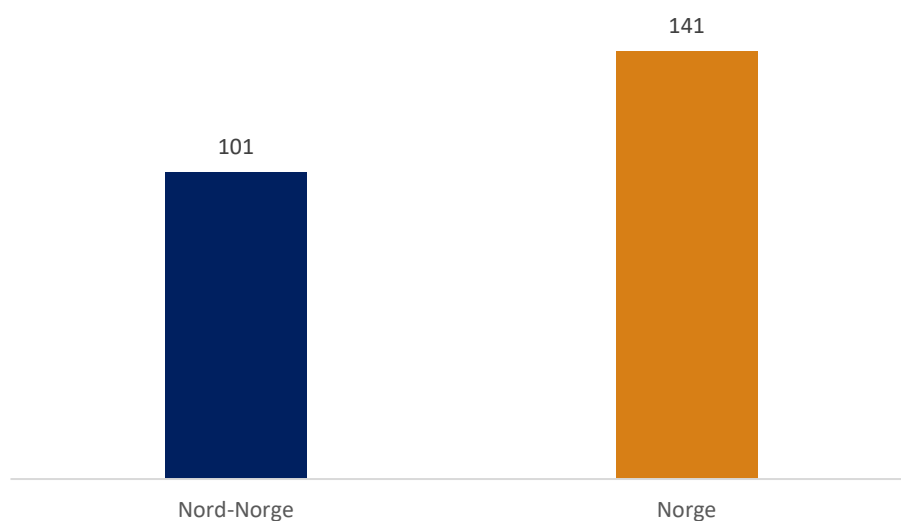
I denne rapporten ser vi nærmere på entreprenørskapet i Nord-Norge. Vi spør: Er det for lite av det? Er vilkårene for entreprenørskap like gode i nord som i sør? Hva som kan gjøres for å skape større verdier i Nord-Norge gjennom entreprenørskap i tiden som kommer?

2. Nyetablerte bedrifter i Nord-Norge

2.1. Få entreprenører i Nord-Norge

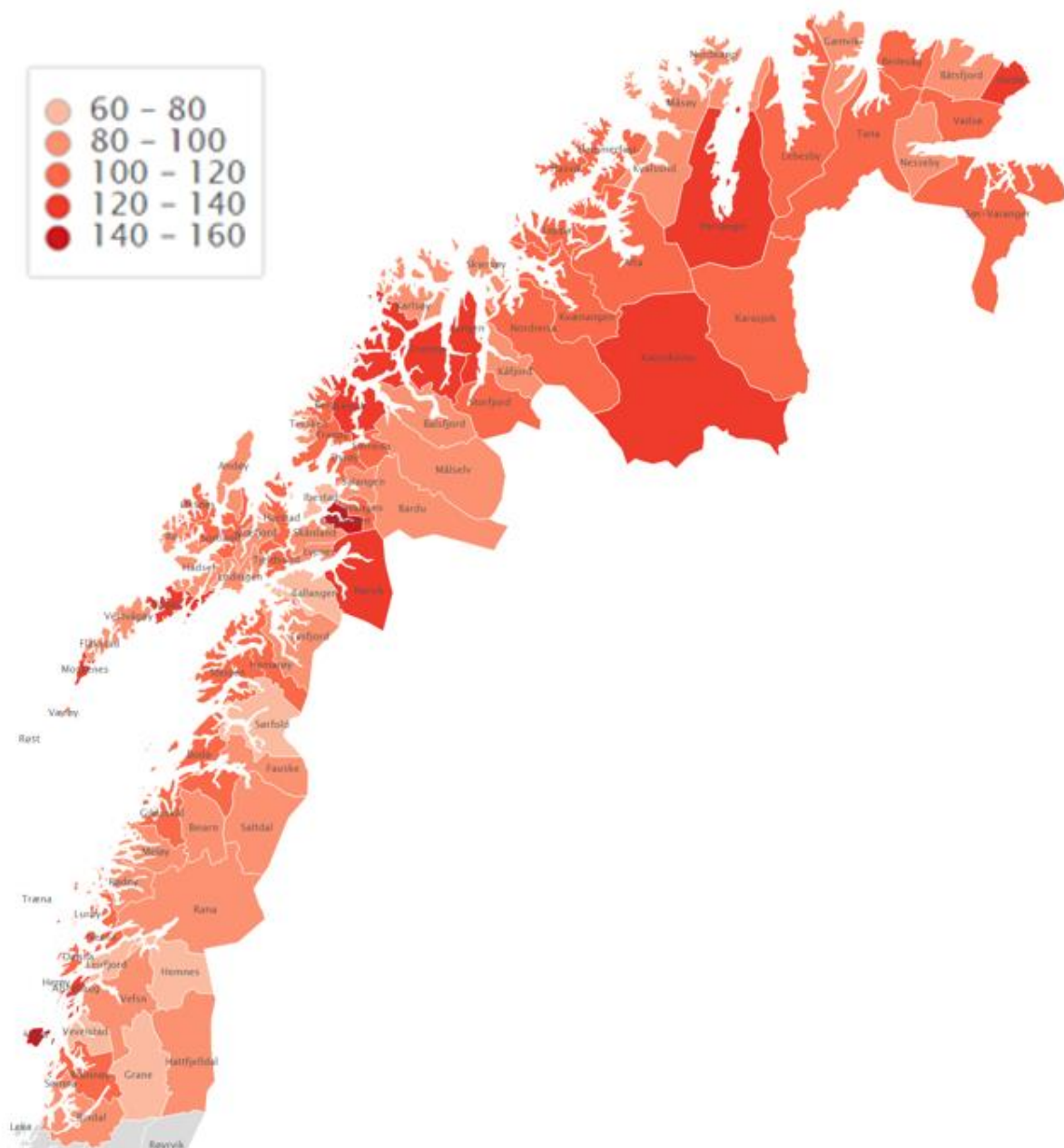
I Nord-Norge har det gjennom de siste 15 årene (2001-2016) blitt etablert 101 bedrifter per 1000 innbygger. Det samme tallet for hele landet er 141, eller 40 prosent høyere. Nord-Norge henger med andre ord langt etter mht. entreprenørskap her i landet.

Figur 2-1 Antall nyetableringer per 1000 innbyggere (samlet for årene 2001-2016). Kilde: SSB



Hovedårsaken finner vi i sammenhengen mellom entreprenørskap og befolkningstetthet. Byfolk er oftere gründere enn folk i mer grisgrente strøk. Dette er naturlig, siden byene er preget av et større, mer variert og mer dynamisk næringsliv og et større lokalt kundegrnlag. Men dette er ingen lovmessighet, heller et tydelig mønster. Det er fullt mulig å løsrive seg fra dette mønsteret. Selv innen landsdelen er det store variasjoner i gründerviljen. I kartet under ser vi på omfanget av nyetableringer i kommunene i Nord-Norge gjennom samme perioden. Ikke uventet har de fleste byregionene i Nord-Norge relativt høye nyetableringsrater, men enkelte distriktskommuner som Porsanger, Gratangen, Vega, Kautokeino og Moskenes har høyere nyetableringsrater enn de fleste bykommunene. Befolkningsrike kommuner som Rana, Vefsn (Mosjøen) og Hadsel (Stokmarknes) har samtidig langt færre nyetableringer enn det man skulle forvente ut fra demografien. Det er med andre ord fullt mulig å tenke seg et Nord-Norge som er langt mer gründerpreget enn det vi ser i dag.

Figur 2-2 Nyetableringer per 1000 innbygger i Nord-Norge. Kilde: SSB og KBNN

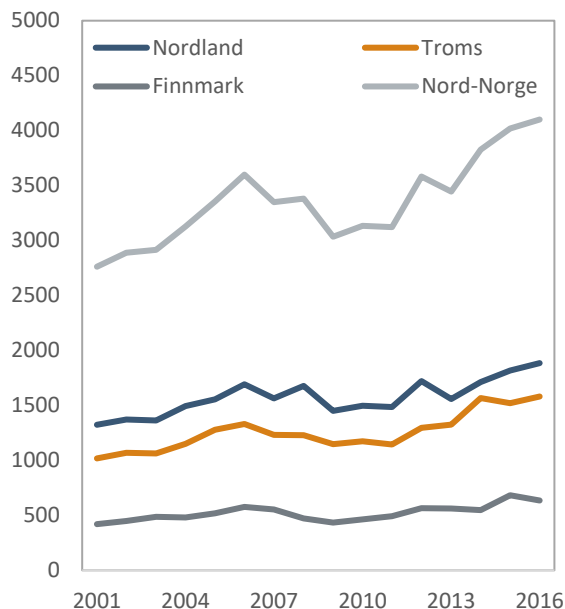


Antallet nyetableringer i landsdelen har gradvis økt siden årtusenskiftet, fra om lag 2700 i 2001 til over 4000 i 2016, men denne trenden er den samme i stort sett hele landet. Det er derfor lite som peker i retning av at Nord-Norge er på vei til å ta igjen resten av landet på dette området. Nyetableringer er rimelig jevnt fordelt mellom de tre fylkene, sett i lys av befolkningsstørrelsen, men det noe mer entreprenørskapsaktivitet i Troms.

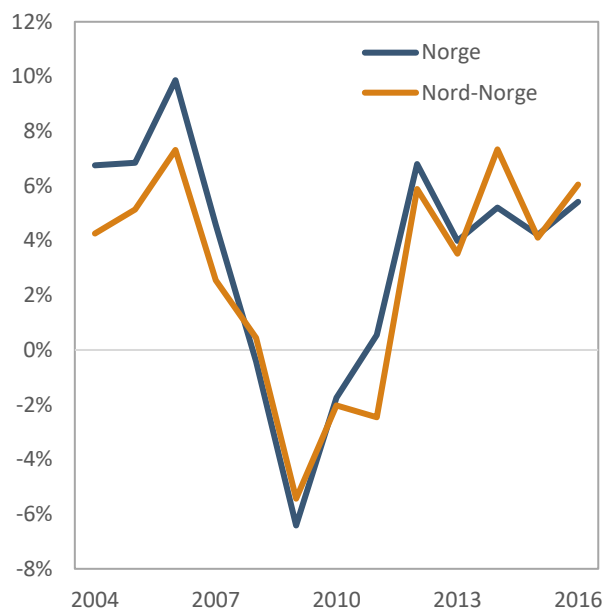
Figur 2-4 Antall nyetableringer per 1000 innbygger over de siste 10 årene. Fordelt inn i 5 grupper: Kilde: SSB

60-80	80-100	100-120	120-140	140-160
Vevelstad	Bindal	Bodø	Narvik	Vega
Leirfjord	Sømna	Brønnøy	Alstahaug	Gratangen
Grane	Vefsn	Herøy (N)	Vågan	
Hemnes	Hattfjelldal	Dønna	Moskenes	
Sørfold	Rana	Nesna	Tromsø	
Ballangen	Træna	Lurøy	Lenvik	
Ibestad	Rødøy	Gildeskål	Lyngen	
	Meløy	Steigen	Vardø	
	Beiarn	Hamarøy	Kautokeino	
	Saltdal	Tjeldsund	Porsanger	
	Fauske	Værøy		
	Tysfjord	Øksnes		
	Lødingen	Sortland		
	Evenes	Harstad		
	Røst	Lavangen		
	Flakstad	Sørreisa		
	Vestvågøy	Dyrøy		
	Hadsel	Tranøy		
	Bø (N)	Berg		
	Andøy	Storfjord		
	Kvæfjord	Nordreisa		
	Skånland	Kvænangen		
	Bardu	Vadsø		
	Salangen	Hammerfest		
	Målselv	Alta		
	Torsken	Loppa		
	Balsfjord	Hasvik		
	Karlsøy	Karasjok		
	Kåfjord	Lebesby		
	Skjervøy	Berlevåg		
	Kvalsund	Tana		
	Måsøy	Sør-Varanger		
	Nordkapp			
	Gamvik			
	Nesseby			
	Båtsfjord			

Figur 2-5: Antall nyetablerte foretak i Nord-Norge 2001-2016. Kilde: SSB (2018)



Treårs glidende gjennomsnitt av årlig vekst i nyetablerte foretak. 2004 -2016 Kilde: SSB (2018)

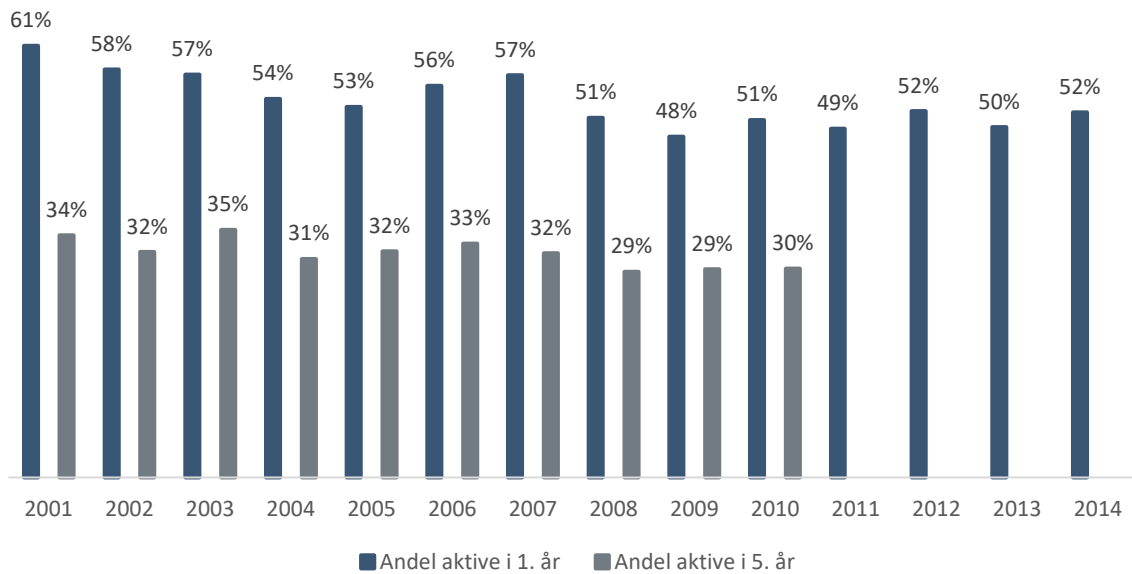


2.2. Den tunge veien fra entreprenørskap til overlevelse

Å overleve som nyetablert bedrift er vanskelig. Fra et økonomisk perspektiv er det ikke noe poeng å ha mange nyetableringer dersom mange av dem fort forsvinner. Nyere studier viser at det er mye entreprenørskap i Norge, men at sammenlignet med andre land overlever få av de som starter. To av tre bedrifter i Norge dør før det har gått fem år. Skal entreprenørene skape langsiktige verdier må de overleve, og da er det interessant å se på overlevelsesratene. (Kapitaltilgangsutvalget, 2018).

Figuren under viser andelen foretak som fortsatt er aktive ett år etter oppstart og andelen som er aktive 5 år etter oppstart. Levedyktigheten til nordnorske selskap er på omtrent samme nivå som nasjonalt. Litt over halvparten av bedriftene i Nord-Norge har overlevd det første året, mens kun en tredjedel har overlevd etter fem år. Andel foretak som er i drift etter ett og fem år har falt noe etter finanskrisen, men ellers er den relativt stabil over tid. Den lave nyetableringsaktiviteten i Nord-Norge synes dermed ikke å ha slått ut i høyere overlevelse.

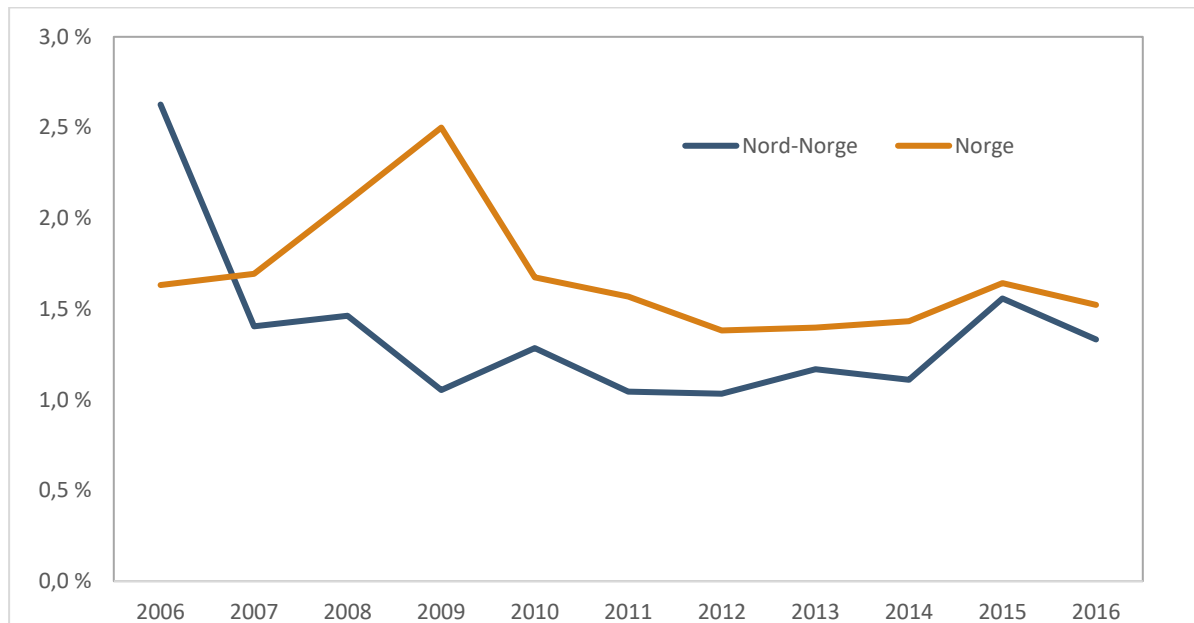
Figur 2-7 Andel overlevde selskaper i Nord-Norge etter 1 og 5 år. Kilde: SSB (2018)



2.3. Mange nyskapede arbeidsplasser i landsdelen

Med rundt 4000 nye foretak i året er det grunn til å forvente at entreprenørene bidrar sterkt til sysselsetting i landsdelen. Vi har fulgt alle nyetablerte foretak i Nord-Norge over ti år fra 2006 til 2016. De fleste dør eller forblir små, men noen vokser seg store.

Figur 2-8 Nye arbeidsplasser som andel av alle sysselsatte i Norge og Nord-Norge. Kilde: Menon Economics og KBNN

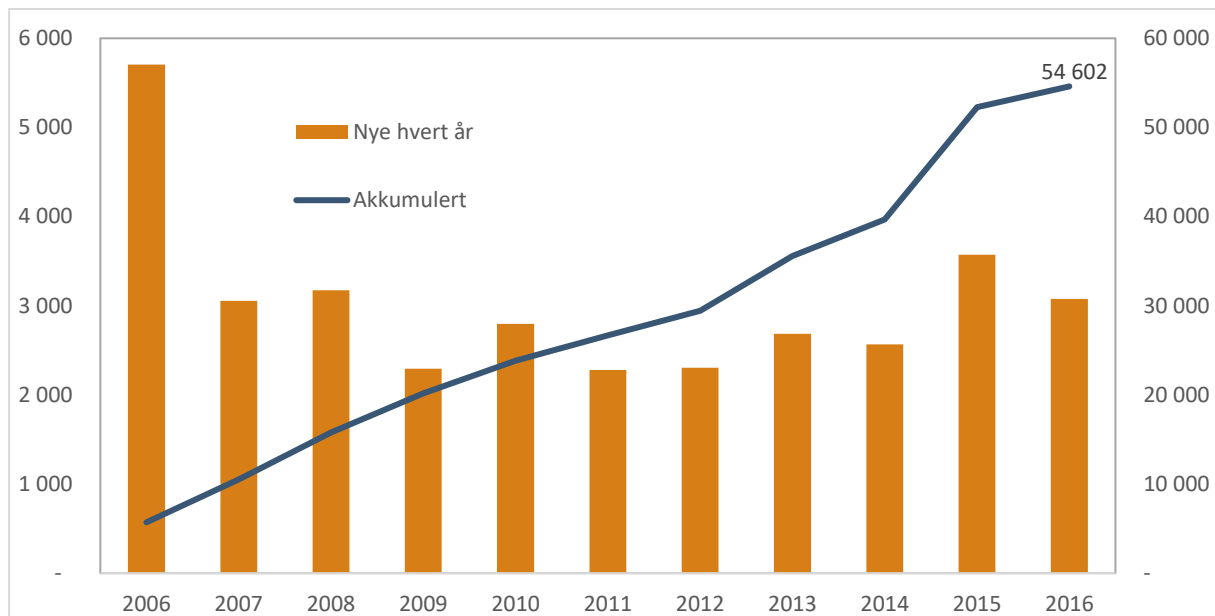


Helt ferske arbeidsplasser utgjør imidlertid en større andel av alle sysselsatte nasjonalt enn i Norge-Norge. Den blå linjen i figuren over viser at økningen i nye gründerarbeidsplasser var spesielt høyere enn i Nord-Norge i perioden før finanskrisen. Etter finanskrisen har arbeidsplasser som følge av entreprenørskap betydd mindre for

sysselsettingen nasjonalt. I Nord-Norge ser vi derimot en svak positiv utvikling i samme periode. Gründere i Nord-Norge bidrar dermed like mye til sysselsetting som den norske gründer totalt sett.

I figuren under teller vi opp hvor mange nye arbeidsplasser (antall ansatte) som de nyetablerte bedriftene til en hver tid har akkumulert gjennom denne perioden (linjen målt langs høyre akse). De akkumulerte tallene vil normalt vokse over tid. Samlet sett har de nystartede foretakene i denne tiårsperioden skapt 54.602 arbeidsplasser på slutten av perioden. Det utgjør over 20 prosent av alle sysselsatte i Nord-Norge og 1 av 3 arbeidsplasser i næringslivet. Vi snakker med andre ord om store tall her. Vær dog oppmerksom på at når vi tar med alle nyetablerte foretak så drar vi med oss en god del virksomheter som eksisterte fra før av og som bare er omorganisert. Det er grunn til å forvente at dette representerer så mye som 25 prosent av disse arbeidsplassene. Men selv når man tar hensyn til slike svakheter i data, er nyetablerte foretaks betydning for sysselsettingen unektelige viktig for landsdelen. Dette forteller nok en gang at entreprenørskap er avgjørende for vekst i økonomien over tid.

Figur 2-9 Sysselsatte i foretak som har startet opp de siste ti årene i Nord-Norge. Kilde: Menon Economics



CASE SALT: Kunnskapsmatrosene i Lofoten

SALT leverer kunnskap om og for kysten. Spesialkompetanse på det nordnorske marine miljøet og et brennende engasjement for formidling er god butikk.

I 2006 møttes Kjersti Busch og Kriss Rokkan over en kaffekopp på Hurtigruta på vei hjem til julefeiring i Lofoten. Begge ivret etter å bygge kunnskapsmiljø i nord. Ideen var plantet og fire år senere startet de to marine forskerne kunnskapsbedriften SALT.

SALT: marint forsknings- og kunnskapsmiljø	
Opprettet	2010
Hovedkontor	Svolvær
Ansatte	17
Omsetning	17.mill
Vekst siste fem år	Firedoblet

SALT har opplevd formidabel vekst. I 2017 hadde selskapet en omsetning på 17 millioner kroner, en dobling fra året før. SALT har fått betydelig medieoppmerksomhet, og i 2014 gikk gründerne til topps i Innovasjon Norges kåring av kvinnelige gründerere.

Selskapet leverer marine kunnskapstjenester innen forskning, rådgivning og formidling. Blant de ansatte finnes både biologer, naturforvaltere, jurister og andre samfunnsvitere. SALT har dermed en bred kunnskapsbase og kan håndtere ulike problemstillinger knyttet til kysten. Eksemplene er mange.

SALT har utviklet prosjektet «**Blått:Rått:Rabalder**», som forteller om ressurs- og næringsutvikling i Nord-Norge på ungdomsskoler i landsdelen. Marin forsøpling har blitt et stort arbeidsfelt for bedriften i løpet av de siste fire årene, og SALT er prosjektleder for «**Fishing for litter**» på vegne av Miljødirektoratet. Fiskefartøy som deltar i denne ordningen, kan levere oppfisket avfall gratis i havn. De arbeider også med utvikling av et kartverktøy som kan benyttes av arrangører av strandryddeaksjoner.

SALT har også mer forskningstunge prosjekter i porteføljen. En av de ansatte arbeider for tiden med en nærings-PhD innenfor rettsvitenskap, der hun studerer lovgivningen knyttet til fiskeri- og havbruksnæringen. SALT bistår også forskningsmiljøer med formidling, gjerne i utradisjonelle format. I sommer vil bedriften invitere skoleklasser på Frøya og Vega til å forske på den norske tareskogen som en del av forskningsprosjektet OPTIMAKELP.

SALT satser nå for fullt på marin ressursforvaltning og internasjonale prosjekter. Selskapet doblet omsetningen fra 2016 til 2017 og gjorde flere nyansettelser i året som gikk.

- Vi er så heldige at vi helt fra starten av har mottatt søknader fra svært kompetente folk. Avstand kan være en utfordring, men ny kommunikasjonsteknologi gjør det enkelt å jobbe fra hvor som helst og å levere tjenester til resten av landet eller verden, sier Kjersti. Hun oppfordrer andre nordnorske gründerere til å ikke tenke for smått.

- Det er ikke vanskelig å rekruttere ny arbeidskraft, så lenge man tillater at de ansatte sitter rundt om i landet, sier Kjersti.

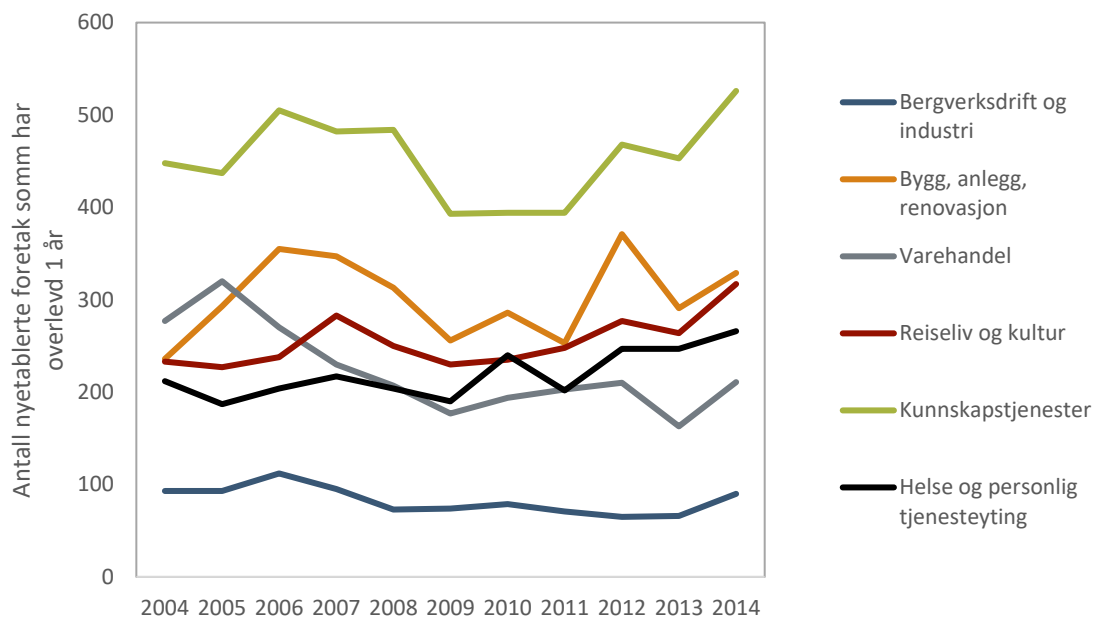


2.4. Entreprenørskapets rolle i næringene i nord

I Nord-Norge etableres flest nye foretak innen kunnskapstjenester, noe man også observerer nasjonalt. Det dreier seg gjerne om rådgivningstjenester der arbeidstimer er eneste innsatsfaktor, slik at det er lave investeringskostnader forbundet med oppstart og dermed mindre risiko. Etter kunnskapstjenester finner vi høy nyetableringsaktivitet innen bygg- og anlegg, reiseliv og kultur, og helse og personlig tjenesteyting.

Figuren under viser antall nyetablerte foretak i Nord-Norge som har overlevd i ett år, etter næring, i perioden 2004-2014. Antall nyetableringer i næringene svinger en del fra år til år, med en tydelig nedgang i forbindelse med finanskrisen.

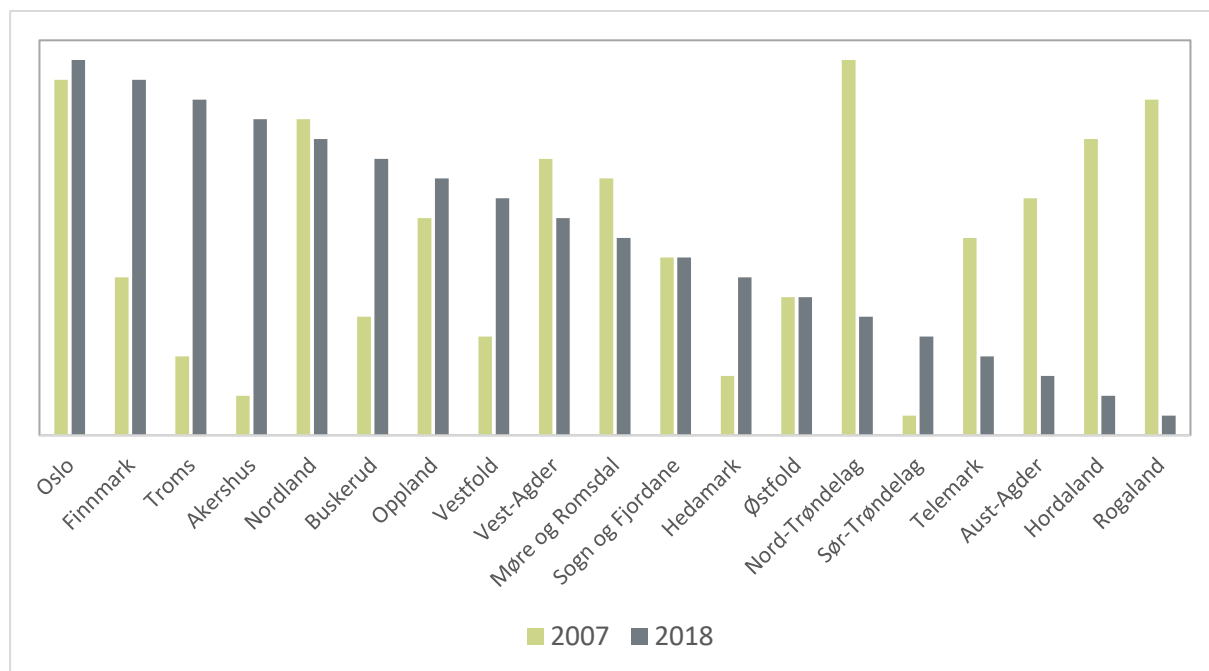
Figur 2-10 Antall nyetablerte foretak 2004-2014 som har overlevd inntil ett år, fordelt på næring. Kilde: SSB



3. Vekstselskaper i Nord-Norge

De senere årene har vist oss en positiv trend for vekstselskaper i Nord-Norge. I 2018 klatret de nordnorske fylkene markant på Dagens Næringslivs kåring av gaseller, som er en betegnelse på vekstselskaper. Bildet er nå snudd opp ned fra situasjonen for ti år siden. I 2011 havnet Finnmark, Nordland og Troms på henholdsvis 12., 14. og 18. plass. I 2017 hadde Finnmark klatret til 2. plass, Troms har klatret 15 plasser til 3. plass og Nordland klatret 10 plasser til 5. plass.

Figur 3.1 Rangering av fylker etter antall gaseller i DNS gasselékåring i 2007 og 2018. Kilde: Dagens Næringsliv



At Nord-Norge nå fostrer frem flere gaseller viser at landsdelen har et godt grunnlag for økonomisk vekst. Gasselleselskapene fra 2018 kommer fra ulike deler av næringslivet, men sjøbaserte selskaper dominerer. De tre gasselleselskapene som rangeres på topp i Troms, Båragutt Pelagic AS, Nordic Pharma Inc. AS og Oddvar Nes AS, tjener alle på havets ressurser. Det samme gjelder i Nordland, hvor LetSea AS, Nordnorsk Stamfisk AS og Rowenta AS vokste mest og dermed sikret seg topplasseringene. Finnmark skiller seg ut med selskap innen bygg og anlegg som gassellevinnere. Anlegg Nord AS og Hivand Maskin AS vokste mest, mens spedisjonselskapet Lanes Supply AS kom på tredje plass.

Gasellestatistikken er interessant men viser bare tilstanden for en nokså snever type vekstselskaper (se definisjon i boksen) og gaseller er ikke nødvendigvis unge bedrifter.

Figuren nedenfor viser andelen vekstselskaper blant nystartede selskaper nasjonalt og i Nord-Norge. Disse er identifisert ved hjelp av Menons regnskapsdatabase over samtlige norske foretak (se definisjonen under). For året 2010 viser andelen til selskaper som har vist sterk vekst (mer enn 10 prosent årlig) de fem påfølgende årene, dvs. til og med 2014.

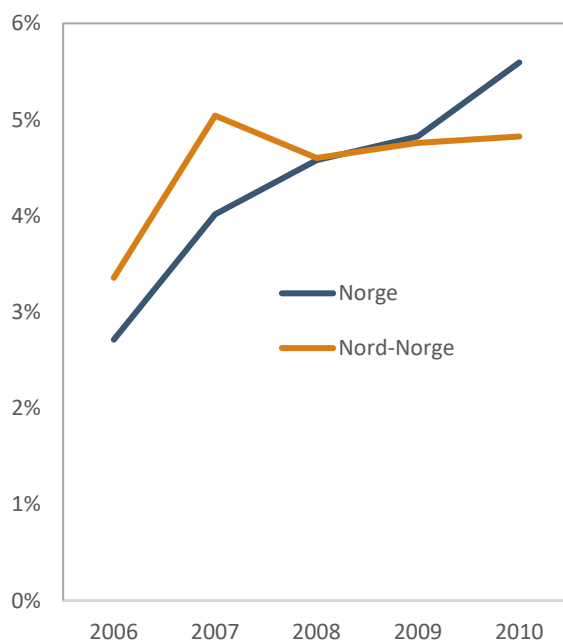
Gaseller identifiseres etter følgende kriterier:

- Levert godkjente regnskaper
- Minst doblet omsetningen de siste fire år
- Omsetning på over en million kroner første aktive år
- Positivt samlet driftsresultat
- Unngått negativ vekst de siste fire år
- Er aksjeselskap



Litt over 3 prosent av alle foretak som startet i Nord-Norge i 2006 ble vekstselskaper 5 år senere. Det var større sannsynlighet for at et nyoppstartet selskap ville skyte fart i Nord-Norge enn i landet totalt sett. Spesielt i 2007 var denne forskjellen markant, med over 1 prosent høyere sannsynlighet. Tallene varierer dog litt fra år til år.

Figur 3 -2. Vekstselskaper som andel av oppstartsselskaper i Norge og Nord-Norge. Kilde: Menon Economics



Et vekstselskap har:

- Gjennomsnittlig årlig omsetningsvekst på over 10 prosent per år fem år etter
- Gjennomsnittlig årlig omsetningsvekst på 10 prosent over 5-årsperioden etter oppstart.
- Verdiskaping i selskapet på over 500.000 per ansatt det femte året etter oppstart

CASE Nordøy Sea: Ny mat til koreanere

Etter kun to års drift eksporterer han fisk til Sør-Korea for 50 millioner kroner. 22 år gamle Fredrik Nordøy forteller om hemmeligheten bak eksportsuksessen.

Fredrik Nordøy er student og gründersejel fra Sandnessjøen, som stadig er på utkikk etter forretningsmuligheter. Med Nordøy Sea ønsker han en mer bærekraftig utnyttelse av Norskehavets fiskeressurser og satser derfor på eksport av nye typer fisk til det asiatiske markedet. Med seg på laget hadde han nuddelkongen Mr. Lee og kokken Arne Hjeltnes som mentorer og investorer.

I 2015 startet han omfattende markedsundersøkelser i Sør-Korea.

- Vi var opptatt av å finne ut hva forbrukerne i Sør-Korea ville ha. Vi studerte forskjellige norske varer og fiskearter som kunne være aktuelle å introdusere på det koreanske markedet, forklarer Nordøy.

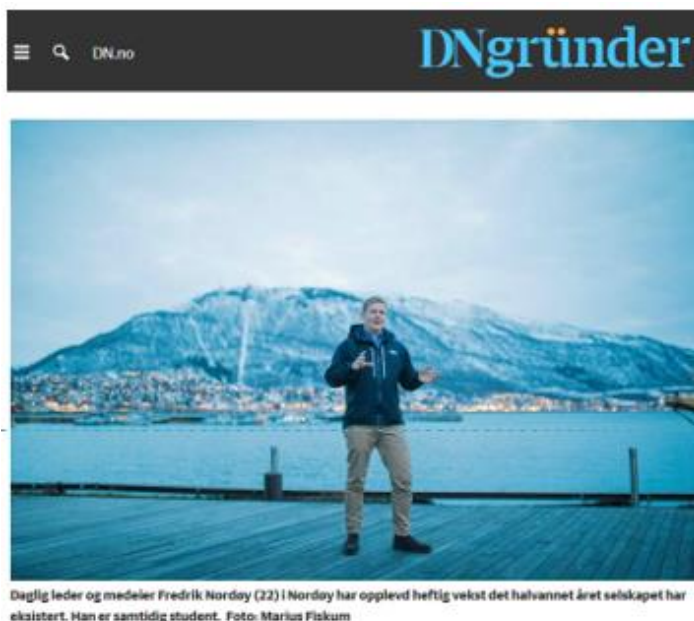
Med støtte fra Innovasjon Norge har Nordøy blant annet eksportert rognkjeks, en fisk som primært brukes til å spise lakselus i Norge. Fisken har en bruskete konsistens og er lite populær i Norge, men markedsundersøkelsene viste at liknende fisketyper brukes mye i det sørkoreanske kjøkken. En del av prosjektet har gått ut på å utvikle gode oppskrifter med rognkjeks tilpasset det koreanske kjøkken.

Oppstartsprosessen gikk svært raskt. Selskapet ble etablert i januar 2015 og solgte sitt første parti laks allerede mai samme år. Nordøy kjøper fisk fra mottak rundt omkring i hele Norge, men mest i Nord-Norge. Selskapet effektiviserer logistikk ved å eksportere direkte, heller enn å gå via internasjonale mellomledd.

Nordøy mener det er markedstilnærmingen som gjør firmaet unikt. I stedet for å «gjøre det alle andre gjør» har de vært nært til stede i markedet fra første stund for å få tilbakemeldinger og avdekke videre forretningsmuligheter. Manglende kulturforståelse har vært den største barrieren så langt.

- For å lykkes er det viktig å ha lokale partnere som kjenner markedet godt. Det er naivt å tro at man får til alt sammen selv. Samarbeid gjør bedre. Å gi bort noe til andre er helt avgjørende for å lykkes, sier Nordøy.

Selskapet har i dag tre fulltidsansatte i Norge, og fem i Sør-Korea. Planen framover er å ekspandere med samme forretningsmodell i Kina der Nordøy nå har ansatt en person for å starte markedsarbeidet.



22 år gammel student eksporterer fisk for 50 millioner kroner

Nordøy Sea
- eksport av alternative marine ressurser

Opprettet	2015
Hovedkontor	Sandnessjøen
Ansatte	9
Omsetning	36 mill.
Vekst siste fem år	5-doblet omsetning på ett år

4. Tilgang på kapital til nye bedrifter i Nord-Norge

Tilgang på kapital kan være utfordrende for små oppstartsbedrifter. Produktivitetskommissjonen (2015) har pekt på dette problemet, og samtidig etterlyst mer kompetent kapital og mangfold i eierskapet av norske bedrifter. Ordinære markeder for egenkapital og gjeld er de naturlige og største kildene til kapitaltilgang også for små bedrifter. Offentlige ordninger kan utfylle finansmarkedene i tilfeller hvor markedet svikter og sørge for forutsigbare rammebetingelser. Statlig tilførsel av egenkapital og lån til unge bedrifter har blitt viet mye oppmerksomhet de senere årene, som et alternativ til ren investeringsstøtte (etablererstipend mm.). I dette kapitlet ser vi nærmere på tilgangen til risikokapital i Nord-Norge, hvilke aktører som opererer i tidligfasemarkedet og det offentliges rolle i dette markedet.

4.1. Hva er tidligfasekapital?

Risikokapital, venturekapital og tidligfasekapital er begreper som beskriver det samme, nemlig investeringskapital for selskaper som er i ferd med å utvikle nye produkter eller prosesser. For at et selskap skal kunne vokse er det gjerne avhengig av tilførsel av egenkapital fra andre enn gründeren. Tilførsel av ekstern egenkapital skjer da gjerne gjennom utstedelse av nye aksjer i selskapet (såkalte emisjoner).

I Grimsby med fler (2018) viser analyser av emisjonsaktivitet (innhenting av ny kapital) at både Nordland, Troms og Finnmark har mer emisjonsaktivitet enn landsgjennomsnittet. Men det er grunn til å tro at dette handler om emisjoner i mer modne selskaper.

Kapitaltilgangsutvalget (2018) finner at bedrifter med et kapitalbehov i størrelsesorden opp til 20 millioner kroner kan ha utfordringer i markedet for ekstern egenkapitalfinansiering. Dette er typisk emisjoner som vil være for store til å involvere bare venner, familie og andre bekjente, samtidig som bedriften er for liten til å involvere profesjonelle tilretteleggere. Det koster rett og slett for mye.

Forretningsengler, private investeringselskaper, såkorn- og venturefond og såkalt crowd-funding kan bøte på manglende tilgang på kapital for bedrifter i denne størrelsen.

Såkornkapital er risikokapital til nystartede bedrifter som ennå ikke har oppnådd kommersielt salg av sine produkter. Såkornkapitalen brukes til å utvikle virksomhetens teknologi og/eller produkt og gjøre den klar til kommersialisering. Investeringsbeløpene er vanligvis relativt små.

Venturekapital er risikokapital til bedrifter i kommersialiseringsfasen. Kapitalen benyttes til å føre bedriften ut i markedet og å bygge produksjonskapasitet (gitt at den ikke skal sette/lisensiere ut produksjonen). Venturekapital er en viktig kilde til finansiering for bedrifter som ennå ikke har tilgang til etablerte kreditt- eller egenkapitalmarkeder.

CASE Biim Ultrasound: Enkel ultralyd og diagnostikk i hverdagen

Ideer for effektivisering innen helse vekker interesse hos investorer. Trådløs ultralyd er noe alle typer behandlere kan ha stor nytte av. Med nordnorsk kapital i ryggen begir Biim Ultrasound seg ut på et stort marked.

Biim Ultrasound lager trådløse ultralydapparater for medisinsk diagnostisering nært pasienten. Ifølge gründeren bak Biim, Rune Christian Nystad, kan enkel og tilgjengelig tidlig bildediagnostisering kan effektivisere hverdagen til pleie- og omsorgsyrkene drastisk. Potensielle brukere er leger, sykepleiere, fysioterapeuter, ansatte på gamle hjem eller andre tjenestefunksjoner i kommunen. Gevinstene for storsamfunnet er potensielt også store. Teknologien gjør det nemlig enklere å observere mulige sykdomstilfeller, forenkle og gjøre det tryggere for plassering av kateter og nålestikk.

Biim Ultrasound – global helseteknologi

Opprettet	2011
Hovedkontor	Narvik
Ansatte	26
Omsetning	1 mill
Vekst siste fem år	Nei

Nystad fra Narvik har over 20 år med internasjonal forretnings erfaring. Gjennom arbeidet innen medisin så han de store fordelene ved å bruke ultralyd i tidlig diagnostisering. Nystad tok kontakt med to lokale teknologer og engasjerte dem til å utvikle trådløse ultralydmaskiner. Maskinene måtte være lette, enklere å håndtere og kunne kommunisere med smarttelefoner. Nystad selv startet det strategiske markedsarbeidet tidlig i prosessen.

Han reiste verden rundt for å treffe potensielle kunder og samarbeidspartnere. Erfaringsmessig var det helt nødvendig å tenke globalt fra starten av, fordi medisinsk teknologi har store utviklingskostnader. Nystad reiste verden rundt for å hente kapital, men fant mest like utenfor stuevinduet i Nord-Norge.

- Det er bare tull at det ikke finnes nordnorsk kapital. Nord-Norge er like sentralt som Manhattan, hevder Nystad.

Gjennom de siste årene har han hentet inn rundt 100 millioner kroner i kapital til selskapet. 70 prosent av kapitalen kommer fra aktører i Nord-Norge, inkludert både privatpersoner og Innovasjon Norge.

- Jeg opplever at det er mange nordnorske eiere som brenner for å skape interessante og bærekraftige arbeidsplasser lokalt, sier Nystad.

Utviklingsarbeidet i Narvik har gitt resultater. Biim har fått myndighetsgodkjenning på produktet og har nylig signert kontrakt med det amerikanske selskapet AngioDynamics til en verdi på flere 100 millioner kroner. Sammen med AngioDynamics skal Biim lansere ultralydmaskinene i USA, Canada, Latin-Amerika, Australia og store deler av Europa de neste årene.

I dag har selskapet 26 årsverk til sammen ved avdelinger i Norge, Finland og USA. Hovedkontoret i Narvik sysselsetter 8 personer, 2 utviklere sitter i Finland og resten holder til i USA nær de store markedene.



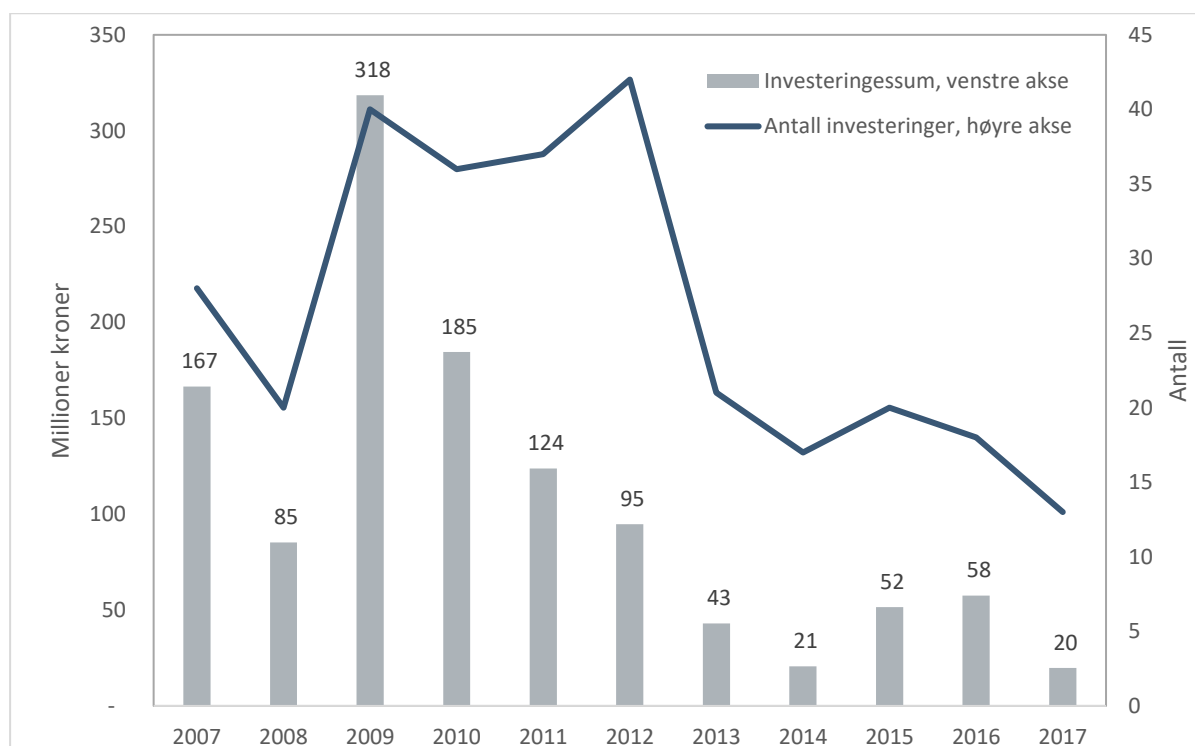
Bildetektst: Anestesilege Kaj Fredrik Johansen og SINTEF-forsker Ingerid Reinertsen tester ut løsningen på en pasient ved St. Olavs Hospital. Foto: Thor Nielsen/SINTEF

4.2. Såkorn og venture-investeringer i Nord-Norge

Investeringer i såkorn- og venturesegmentet i Nord-Norge¹ viser en fallende trend. Rekordinvesteringene i 2009 skyldes høy aktivitet av det statlig eide investeringsselskapet Investinor, som investerte for over 150 millioner i Nord-Norge.

I 2017 ble det investert for 717 millioner kroner i norske selskap i såkorn og venturesegmentet. Kun 20 millioner av disse, tilsvarende tre prosent, ble investert i nordnorske bedrifter. Dette er svært lav andel sammenlignet med tidligere år. Gjennomsnittlige årlige investeringer siden 2010 har ligget på 74 millioner kroner, hvilket utgjør 9 prosent av investeringene nasjonalt. Gjennomsnittsandelen er mer i tråd med hva en kan forvente at investeres i landsdelen, basert på Nord-Norges andel av norsk økonomi, men trenden peker som nevnt klart nedover.

Figur 4-1 Såkorn- og ventureinvesteringer i Nord-Norge. 2007 - 2017. Kilde: Antall høyre akse. Millioner kroner venstre akse. PEREP Analytics/ Menon / NVCA



De siste ti årene har 46 nordnorske selskaper blitt tilført kapital fra et såkorn- eller venturefond. Investeringene har blitt gjort av 14 forvaltningsmiljøer, men de aller fleste investeringene er knyttet til tre fondsmiljøer som alle har et tungt innslag av offentlig involvering.

Det er tre investeringsmiljøer som er særlig aktive i Nord-Norge. Det statlig eide, landsdekkende venturefondet **Investinor** har investert mest i Nord-Norge, med totalt 333 millioner kroner siden oppstarten i 2008. Den nordnorske porteføljen til Investinor har bestått av selskapene Målselv Utvikling AS, Metallkraft AS, Innotech Solar, Ayanda Group AS og Scale Protection AS. Metallkraft var et av de første selskapene som Investinor investerte i, et selskap som satset på å gjenvinne brukt sagevæske fra solcelleindustrien. Metallkraft flyttet all virksomhet til Singapore da solcellevirksomheten i Norge ble bygd ned og Investinor solgte seg ut av

¹ En investeringene er definert som nordnorsk dersom fondsforvalteren selv klassifiserer den som nordnorsk.

selskapet høsten 2012. Det eneste nordnorske selskapet i Investinors aktive portefølje i dag er Scale protection AS, som har patentert teknologi og tjenester som analyserer og forebygger avsetninger i olje- og gassbrønner.

Figur 4-2 Såkorn- og venturemiljøer med investeringsaktivitet i Nord-Norge



Norinnova Forvaltning AS er et kapitalforvaltningsselskap med hovedkontor i Tromsø. Selskapet forvalter investeringene i fondet **NorInnova Invest AS** og i **TTOen Norinnova Technology Transfer AS**. NorInnova Invest AS investerer i såkorn- og tidlig venturefase i selskaper i Nord-Norge. NorInnova Invest AS ble etablert med 96,5 millioner kroner i privat kapital og et lån fra Innovasjon Norge på 175 millioner kroner. Total kapitalbase er dermed på 271,5 millioner kroner. De private investorene eier fondet. Fondet ble lukket for nyinvesteringer i 2013 og gjør bare oppfølgingsinvesteringer i egen portefølje. Fondet samarbeider med landsdelens FoU-miljøer innen naturvitenskap og teknologi. Norinnova Technology Transfer er kommersialiseringsaktør for forskningsideer som spinner ut fra UiT Norges arktiske universitet, Universitetssykehuset Nord-Norge og Norut. Siden 1993 har selskapet vært delaktig i å etablere mer enn 80 bedrifter, som har skapt mer enn 550 høyteknologiske arbeidsplasser i landsdelen.

Pronord AS forvalter KapNord Fond AS, som er et investeringsfond med en kapitalbase på 255 millioner kroner. Selskapet ble etablert sommeren 2006 og har forventet levetid fram mot 2021. Selskapet kan også investere i mer modne små og mellomstore bedrifter. Investeringsområdet er begrenset til Nord-Norge. Fondet har blant annet investert i selskapene LetSea AS, Nordnorsk Smolt AS, Ecomarin Seafarm og Grytåga Settefisk AS. LetSea AS toppet gasselisten for Nordland i 2017, med en omsetning på 322,7 millioner kroner.

Staten finansierer flere andre såkornfond som investerer i landsdelen og har eierskap i unge foretak gjennom investeringselskaper som Investinor og Argentum. Staten tilbyr lån og stipend gjennom Innovasjon Norge. Fornybar AS er siste tilskudd i rekken av offentlige aktører som tilbyr tidligfasekapital og skal kunne tilby så mye som 20 milliarder kroner til klimavennlig teknologi og tjenester.

Kapitaltilgangsutvalget som leverte sin utredning i februar 2018 konkluderer med at mangelfull kanalisering av privat risikokapital, få tidligfaseinvesteringsmiljøer, få fond-i-fond-investorer og et begrenset tilfang av aktive private eiermiljøer, begrenser utviklingen av norsk næringsliv. Dette problemet er spesielt gjeldende i Nord-Norge hvor aktiviteten til såkorn og venturefondene er lav. Utvalget ser det som positivt med profesjonelle investeringsmiljøer i de store regionbyene (les Tromsø og Bodø), i tillegg til den kompetanse som er bygget opp i hovedstaden. Dette gir større mangfold, bidrar til å utvikle regionale kompetanseklynger og gir nærhet til universitetsmiljøene.

5. Effektive tiltak for økt entreprenørskap i Nord

Det finnes ingen garanti for at en oppstartbedrift vil overleve og bidra med verdiskaping og arbeidsplasser til Nord-Norge. De fleste vil feile eller dø. Men skal vi skape mer dynamikk i næringslivet og nye sterke bedrifter, må vi ha flere oppstartsbedrifter med potensial å ta av. Nord-Norge trenger med andre ord mer entreprenørskap.

Oppskriften på økt verdiskaping gjennom entreprenørskap er det ingen som sitter på. Den verdenskjente økonomen professor Josh Lerner ved Harvard University viser i sin bok «Boulevard og Broken Dreams» hvorfor offentlige tiltak for å skape vekst gjennom entreprenørskap så ofte feiler. En helt sentral innsikt er at det ikke er mulig for staten å plukke vinnere i tidlig fase. Å finne de beste entreprenørene er som å stikke et periskop ned i en gryte med chili-con-carne for å finne store bønner. Du ser ingen ting fordi du ikke har kompetanse til å skille de gode fra de dårlige ideene. Det er ikke bare staten som sliter med dette. Private profesjonelle investormiljøer gjør disse feilene også.

En første anbefaling knyttet til tiltak for bedrifter er derfor å tilby et lite stipend til alle nyetableringer i næringer som har stort vekstpotensial utover det lokale markedet. Det eneste man trenger er en liten forretningsplan som skisserer hvorfor bedriften skal og kan vokse. Et «gründerstipend» på 50.000,- vil skape langt større ønske om å starte opp. Hvis 1000 fler starter hvert år med en plan, vil dette kunne kaste mye av seg. Innovasjons Norge tilbyr også etablererstipend, men de er litt større og litt mer krevende å søke om. Et nordnorsk «gründerstipend» vil supplere andre tiltak uten å ha til hensikt å «plukke vinnere». Det skal bidra til at underskogen av unge bedrifter får bli større.

Et annet tiltak som kan ha store positive effekter er å rette litt mer omfattende ressurser inn mot de som faller ut av videregående skole og som også sliter med å finne jobb. Skoletrøtthet behøver ikke handle om dårlige evner. Norsk forskning viser at mange skoleelever som dropper ut har mye glede av å drive virksomhet på egen hånd. Ved å fange opp disse gjennom et tettere samarbeid med de videregående skolene vil man løse to problemer på samme tid: redusere utenforskapet og øke entreprenørskapet.

Når entreprenørene og bedriftene har fått leve stund, kan det være en god ide å stimulere til raskere og mer fokusert vekst. Da handler det om å fokusere på salg utenfor landsdelen og Norge. Mange entreprenører vil kvie seg for å prøve ut større og mer ukjente markeder. Ved å stimulere til mer risikovilje i en mer moden fase kan man oppnå høyere vekst. En løsning er å tilby en garantiordning for banker som vil tilby lån for markedsvekst til nordnorske bedrifter. Da tar staten en liten del av risikoen gjennom garantien. Innovasjons Norge har nå en slik ordning under utprøving og de første resultatene ser lovende ut. Fylkeskommunene i Nord-Norge kan finansiere dette sammen. Bankene må stille krav om at vekstplanene er godt gjennomtenkt.

CASE Bædi og Børdi: Mer moro for unga med

Barn kan lett kjede seg når vokse besøker severdigheter. I Mosjøen har tre gründere utviklet en underholdningsapp som gjør reisemål morsommere for barn. Bædi og Børdi høster nå stor oppmerksomhet, men konkurransen kan bli tøff fremover.

Reiselivet i Nord-Norge har opplevd kraftig vekst de siste årene, men veksten i familiesegmentet har uteblitt. I stedet for nok et familiepark-konsept som det finnes flust av i Sør-Norge, kledte tre nordnorske gründere ut idéen om å gjøre det lett for unger å ha det gøy på eksisterende attraksjoner. Bædi og Børdi sørger for at familiebesøk til severdigheter som Lofoten vikingmuseum, ishavskatedralen, Lyngsalpene eller Nordkapp også kan bli barnas favoritt. Familiene kan få mer ut av ferien.



Appen fungerer som en digital reiseguide. Den kommuniserer med små elektroniske brikker som er plassert rundt omkring ved en attraksjon, og som utløser visning av innhold på skjermen. Geita Bædi og fuglen Børdi forteller barna om attraksjonene ved hjelp av tilpasset formidling. Appen har også spill og konkurranser, som barna kan engasjere seg i. Barna lærer noe på reisen, samtidig som de underholdes med tilpasset humor. For eksempel forflytter de to dyra seg fra sted til sted ved å fise. Duoen kan fise seg rundt til hvor som helst i Norge og utland, hvor barna kan møte dem igjen.

I februar i år kunne en av gründerne, Linda Skipnes Strand, kalle seg fulltidsansatt i Baahdy & Birdy AS. Linda er utdannet medieviter med mange års erfaring med kulturledelse, og har lenge jobbet med arrangement og opplevelser for barn og unge. Det var i møte med reiselivet hun fikk idéen til appen. Med seg på laget fikk hun også to andre Mosjøværing, en lærer og en manusforfatter/filmregissør som har solgt flere filmer til NRK Super.

Konseptet har fått interesse fra hele Norge og testes nå ut i Nordland og Trøndelag, samt de store byene.

-Produktet er skalerbart og har enorme stordriftsfordeler. Reiselivsaktørene tjener også på å investere i appen fordi det gjøre destinasjonen attraktiv for flere målgrupper, sier Strand.

Det er ingen tilfeldighet at programvertene har fått fornorskede engelske navn. Konseptet står nemlig klart til å benyttes i utlandet. Gründerne har gjort undersøkelser som viser at de fortsatt er de eneste leverandørene av en slik tjeneste på verdensmarkedet, men tror at det neppe varer lenge.

Selskapet fikk tidlig støtte fra både Innovasjon Norge og Kulturnæringsstiftelsen. Nå har de også fått over 1 million kroner fra Eidissen Consult i Bodø

- Det er en kjempefordel å ha med Eidissen. I tillegg til kapital bidrar de med verdifull kommersiell kompetanse som vi ikke har selv. Det kan bli nyttig når vi satser internasjonalt, avslutter Strand.

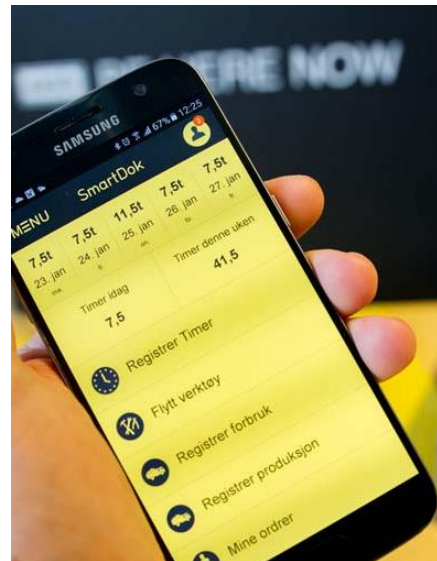
Bædi og Børdi – reiselivsteknologi rettet mot barn

Opprettet	2014
Hovedkontor	Mosjøen
Ansatte	1
Omsetning	300 000
Vekst	Nei

CASE SmartDok: Effektivitet på all verdens byggeplasser

Allerede i 2005 begynte SmartDok å utvikle apper. Det var før ordet app i det hele tatt eksisterte. Nå, mer enn ti år senere, omsetter det Finnmarksbaserte selskapet for 26 millioner på å utvikle apper for byggebransjen.

SmartDok tilbyr apper på mobilen hvor ansatte kan rapportere direkte fra byggeplassen. Det rapporteres på timelister, tilstanden til maskinparken, mannskapslistene, verktøyoversikt, HMS-sjekkliste og annet som trenger løpende oppfølging. Selskapet tilbyr i dag 10 ulike programmoduler, som de selger til store kunder som AF-gruppen, Peab, Skanska, Veidekke og en rekke små og mellomstore bygg- og anleggsaktører i både Norge og Sverige. SmartDok har i dag rundt 47 000 lisensierte brukere av løsningene sine, og er med dette Skandinaviens mest brukte bransjeløsning.



- Jeg hadde ikke sett for meg at virksomheten kunne bli så stor. Jeg tok opp et personlig banklån og fikk noe stipend fra innovasjon Norge for å utvikle idéen, men tenkte ikke på å hente inn ekstern kapital. Resultatet ble at jeg levde lenge fra hånd til munn, forteller gründer bak selskapet Bjørn Tore Hagberg.

Bjørn Tore Hagberg har IT-utdanning fra Universitetet i Tromsø, og brenner for effektivisering av systemer. Som en del av bacheloroppgaven lagde han en app og et webbasert system, som ble som pilot i leteaksjoner av Røde Kors og Norsk folkehjelp. Hagberg ønsket å utvikle denne teknologien til en bransje med flere kunder og enda større behov for digitalisering, og valget falt etter hvert på byggebransjen. Bygg og anlegg var en lite digitalisert bransje, der det var et stort potensial for effektivisering og kvalitetsforbedring ved direkte rapportering, ifølge Hagberg.

I dag er ikke SmartDok alene i markedet. Det var først da Iphone ble gjengs at ting virkelig begynte å skje for selskapet. Linntoget til Apple og Iphone gjør at antall software-leverandører har eksplodert.

SmartDok jobber hardt for å levere det beste bransjespesifikke nisjeproduktet. Regnskapstallene viser 30 prosent omsetningsvekst de siste årene, men firmaet har ambisjon om enda høyere vekst.

- Målet er 40 prosent årlig omsetningsvekst. Vi er markedsledende i Norge, men ønsket å ta større andeler i Sverige. Også nye land er aktuelle. Vi er i dialog med aktører både i England og USA, sier Hagberg.

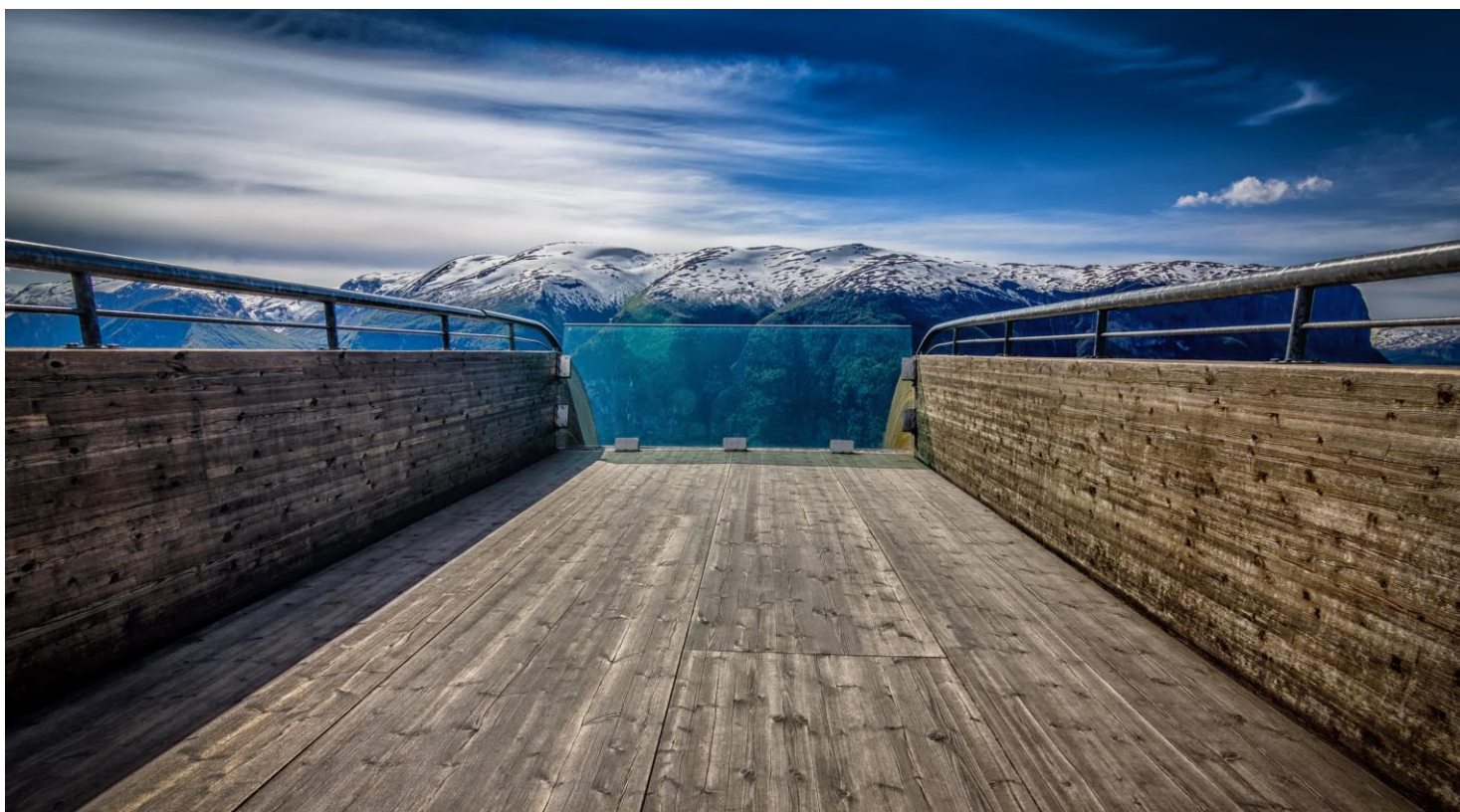
Alta har en sterk entreprenørbransje og det var derfor en stor fordel å teste ut produktet der, forteller Hagberg. Bransjen var innledningsvis skeptisk til nye løsninger, men noen få betalende kunder som snakket godt om produktet satte likevel ballen raskt i gang. I følge Hagberg var det avgjørende å jobbe tett sammen med kunden for å skjønne hva de ville ha og hva de ville betale for.

- Man må ikke tro, man må snakke med kundene og vite, presiserer Hagberg.

Firmaet har i dag 28 ansatte, der 18 er på kontoret i Alta og de øvrige er i Sverige og på Østlandet. De har en styringsmodell der de ansatte selv er eiere, og i dag er 9 av de ansatte partnere med eierandeler.

SmartDok – spesialisert programvare for byggebransjen

Opprettet	2005
Hovedkontor	Alta
Ansatte	25
Omsetning	26 mill
Vekst siste fem år	30 % årlig



Menon Economics analyserer økonomiske problemstillinger og gir råd til bedrifter, organisasjoner og myndigheter. Vi er et medarbeidereiet konsultentselskap som opererer i grenseflatene mellom økonomi, politikk og marked. Menon kombinerer samfunns- og bedriftsøkonomisk kompetanse innenfor fagfelt som samfunnsøkonomisk lønnsomhet, verdsetting, nærings- og konkurranseøkonomi, strategi, finans og organisasjonsdesign. Vi benytter forskningsbaserte metoder i våre analyser og jobber tett med ledende akademiske miljøer innenfor de fleste fagfelt. Alle offentlige rapporter fra Menon er tilgjengelige på vår hjemmeside www.menon.no.

+47 909 90 102 | post@menon.no | Sørkedalsveien 10 B, 0369 Oslo | menon.no