

Innovasjonstalen 2019: Kultur for vekst

Å få bedrifter til å vokse handler om fire K-er: kunder, kapital, kompetanse og kultur. Jeg skal snakke om disse.

Men aller først, et utgangspunkt og noen ord om innovasjonstalen:

Innovasjon Norge finnes fordi vi trengs. Bare fordi vi trengs. Vår oppgave er å bidra til å utvikle det næringslivet Norge har behov for fremover: Flere gode gründere, vekstkraftige bedrifter og innovative næringsmiljøer i hele landet.

Innovasjonstalen er vår anledning til å peke på det vi mener er aller viktigst. Anbefalingene vi overleverer næringsministeren i dag er resultat av den «lytteposten» vi kan være når dyktige medarbeidere i Innovasjon Norge – over hele landet og i hele verden – hver dag er i kontakt med, jobber for og jobber med næringslivet.

Gunn Ovesen etablerte talen som en årlig begivenhet. Anita Krohn Traaseth videreutviklet den. I 2017 handlet talen om offentlig-privat innovasjon, i fjor om å øke eksporten og bygge en sterk merkevare for Norge.

I år er temaet vekst.

*

La meg bruke noen sekunder på min egen historie:

Den handler om foreldre fra Målselv i Troms og fra Feiring ved Mjøsa, som traff hverandre i Trondheim. Om en mor som begynte på Rikstelefonen i Tromsø som 16-åring. Om en far som var den første i sin familie som fikk høyere utdanning. Som etter hvert flyttet til Oslo og begynte i Televerket. Og der var med på utviklingen fra kopling av manuelle samtaler og køer for å få installert et apparat, til det Telenor vi kjenner i dag som et globalt selskap.

De fleste norske familier har tilsvarende historier: Om teknologiutvikling, om et arbeidsliv i stadig endring, om å flytte fra en del av landet til en annen.

*

Da jeg vokste opp på 1970-tallet var handelsbalansen et viktig politisk tema.

Med de stadig økende inntektene fra olje og gass, falt oppmerksomheten om og bekymringen for handelsbalansen.

I juni 2017 hadde vi handelsunderskudd for første gang på 20 år¹. Det var et frampek om hva som venter oss, med mindre vi evner å utvikle nye, globale vekstbedrifter og vekstnæringer.

*

I hele vår historie har norsk velferd vært resultatet av at noen - ute i verden - har vært villige til å kjøpe det vi har kunnet tilby: Fra tørrfisk og tømmer, via olje og gass, til teknologi og tjenester.

¹ Dette var basert på artikkelen <https://www.ssb.no/utenriksokonomi/artikler-og-publikasjoner/forste-handelsunderskudd-pa-snaut-20-ar>. Reviderte tall som kom senere viste overskudd i juni 2017. Det var imidlertid et underskudd i august 2016, se <https://www.ssb.no/utenriksokonomi/artikler-og-publikasjoner/handelsoverskuddet-steg-i-april>. Poenget om dette som et «frampek» er dermed gyldig fortsatt.)

Oppskriften har vært den samme hele tiden:
Vi har utnyttet våre fortrinn.

Mennesker som har vært villige til å ta risiko og jobbe hardt har lyktes med å koble kunder ute i verden med ressurser og kunnskap.

Og selv om oppskriften fortsatt er den samme, er utfordringen nå at vi skal omstille fra et kjent og etablert næringsliv, til noe vi ikke vet hva er.

Det er mye vi ikke vet, men det er også mye vi vet.

Vi vet at vårt nye næringsliv må være internasjonalt og bærekraftig.

Vi vet også at vi kan bygge mye på det vi allerede har gjort.

For eksempel utnytte teknolog og kunnskap fra olje- og gass-sektoren i utvikling av nye næringer. Det har gitt innovasjon i oppdrettsnæringen, innen fornybar energi, og er på vei inn i helt andre sektorer, som helse.

*

Norge trenger bedrifter som vokser, som skaper arbeidsplasser og bidrar med skatte- og eksportinntekter.

I dag har vi hørt det fra statsråden, fra en professor, og fra næringslivsfolk som møter endringene hver dag.

Vi har hørt optimister, og folk med et litt mer ... nøkternt syn på framtiden.

*

Det er næringslivet selv som utvikler og innoverer.

Men det offentlige setter rammebetingelsene. Lovpålagte krav, avgifter og offentlige innkjøp kan være viktige drivere for innovasjon.

Dessuten har vi i det såkalte virkemiddelapparatet en viktig rolle: Innovasjon Norge, Forskningsrådet, Siva og andre støttespillere nasjonalt og regionalt kan styrke initiativene og bidra der markedet svikter.

Hver dag møter våre medarbeidere næringslivet i hele landet, fra alle bransjer og i virksomheter i ulike faser av utvikling.

De forteller oss hva de trenger. Og de har forventninger til hvordan det offentlige skal hjelpe dem med å oppnå vekst.

Jeg er glad for at vi nå får en samlet vurdering av om vi er organisert riktig for å gjøre jobben vår. Det er et viktig prosjekt næringsministeren har satt i gang.

Vi finnes jo bare fordi vi trengs.

*

I Kunnskapsforslagets Fremmedordbok fra 1986 var en av definisjonene av gründer:
«Grunnlegger av forretningsvirksomhet (oftest i nedsettende betydning); person som starter et svindelforetak.»

Mye har forandret seg.

Heldigvis. Som samfunn har vi forstått verdien av entreprenørskap. Og gründere møtes med respekt, ja, ofte med beundring.

Vi har gründersentre over hele landet, fylt av spennende bedrifter og folk med fantastiske – og realistiske – vyer. Det er grunn til å juble over de 60.000 nye bedriftene vi fikk i fjor.

Jeg er glad for å høre statsråden si at gründerplanen har vært viktig for å få fram gründere. Det mener vi også.

Oppmerksomhet og nysgjerrighet fra mediene har bidratt.

Og mest av alt har gründerne selv levert resultater og vist at det kan være attraktivt å være gründer.

Vi har fått en gründerkultur.

*

I begeistringen for dette, er det også grunn til å bekymre seg over at så få av dem vokser.

Vi må rette blikket lenger fremover: Vi trenger bedrifter som blir store.

Professor Torger Reve ved BI har forsket på nye vekstbedrifter.

I hans prosjekt "The state of Norwegian entrepreneurship" kommer det frem at 2 av 3 nye jobber i næringslivet skapes av de unge bedriftene, og at halvparten av disse nye jobbene skapes av de 10 prosentene som er unge vekstbedrifter.

Det er altså ikke nok med entreprenørskap, vi trenger vekstbedriftene.

*

Og så det skal være helt klart:

Når vi snakker om vekstbedrifter, handler det både om unge bedrifter og om allerede etablerte selskaper som endrer strategi eller får nye eiere, og satser for å vokse.

Vi trenger slike virksomheter, fordi de står for den største jobbskapingen i næringslivet, men også fordi de har høyere produktivitet og er mer lønnsomme på sikt. Og ofte «født globale».

*

Så til de fire K-ene:

Vi mener det er fire forhold som er avgjørende for at bedrifter vokser:

- Kunde: Det handler om å satse riktig.
- Kapital: Det handler om tilgang på kompetent kapital.
- Kompetanse: Det handler om kunnskap og ferdigheter.
- Kultur: Det handler om holdninger.

La meg bruke litt tid på hvert av disse områdene.

Først: Å satse på det riktige, det kundene er ute etter.

For oss som nasjon, handler det om noe annet enn å finne en enkelt sektor som kan bli «den nye oljen». Det handler om at vi må ha bredde og satse på et spekter av områder der norsk næringsliv kan gjøre det bedre enn andre.

Ta for eksempel vinneren av årets eksportpris, Cambi:

Deres teknologi renser kloakk fra 70 millioner mennesker, fra Washington til Beijing og Singapore, og skaper verdier av det.

Det er ett eksempel på en norsk virksomhet som er ledende i verden – en pioner på bærekraftige løsninger.

Kronprinsen var rett før helgen på Green Tech Festival i Berlin, der ti utvalgte norske bedrifter presenterte sine løsninger.

Det ble virkelig lagt merke til i Tyskland.

De beste norske bedriftene tar i bruk ny teknologi raskere enn konkurrentene, de er høyproduktive, omstiller seg raskt og er internasjonale fra starten.

Når hele landet har like mange innbyggere som en litt romslig fiskerlandsby i Kina og langt mindre enn feilmarginen i en indisk folketelling, lærer man fort å se utenfor grensene etter kunder.

At vi er en liten økonomi er i denne sammenheng en styrke.

FNs bærekraftsmål er også et veikart for næringsutvikling.

Norske selskaper bidrar allerede til å løse noen av verdens problemer, og kan bidra med mer: Sunn og sikker mat, rent drikkevann, utslippsfri strøm, miljøvennlig transport og en rekke andre løsninger verden trenger.

*

Den andre, helt vesentlige forutsetningen for å skape vekst, er kapital.

Som næringsministeren også var inne på, trenger bedriftene kapital for å vokse.

Kapitalen finnes i Norge. Vi har aldri vært rikere.

Men finner pengene veien til dem som kan skape langsiktige verdier av dem?

Er de som kan investere villige til å ta risikoen?

Vekst tar tid. Norge trenger langsiktige investorer som våger å bli med gjennom voksesmerter.

Investorer som tåler nye år med motbakker, og som er der når det omsider løsner.

Da kan de høste av investeringene - og de kan bidra til ytterligere vekst.

For et år siden ledet Aksel Mjøs et offentlig utvalg som vurderte tilgangen på kapital i Norge. Utvalget slo fast at det norske kapitalmarkedet i hovedsak fungerer godt.

Men de sa også at vi har få nye, større vekstselskaper, og at dette også skyldes begrenset tilfang av risikobærende, kompetent kapital. Det gjelder særlig for bedrifter med behov opp til 20 millioner kroner. Mjøs-utvalget mente at staten kan fjerne hindringer i kapitalmarkedet og legge til rette for økt effektivitet.

Nå skal jeg igjen si dette som jeg øver meg på:

Vi i det offentlige har også en rolle her. Vi skal bistå med kunnskap og kontakter både her i landet og i andre land.

Dessuten har vi kapitalvirkemidler.

Det er viktig, men det er ikke nok.

Det offentlige skal ikke gjøre dette alene, og vi gjør det heller ikke. Men når vi bidrar med lån eller garantier, er det lettere å få med andre.

Private investorer er nøkkelen – fordi de har erfaring og nettverk.

Et stort spørsmål er: Hvordan kan vi gjøre det tilstrekkelig attraktivt å investere i vekstselskaper? Kan «vekstinvestor» bli en vekstbransje?

*

Og dermed kommer vi til det tredje, viktige området: Kompetanse.

Bedriftslederne forteller oss at en av de største utfordringene de møter når de vokser, er å få tak i folk som kan det virksomhetene trenger. Mer enn halvparten av vekstbedriftene i vår rundspørring oppgir tilgang på kvalifisert arbeidskraft som den største hindringen for videre vekst.

Næringsministeren var også innom dette området. Slik vi ser det, er det to måter å løse det på: Ved å utdanne flere på riktig nivå i de riktige fagene, eller ved å få de kloke hodene til å komme hit.

Vi må gjøre begge deler.

*

Det fjerde området er kultur og holdninger

En avgjørende faktor for vekst, er at bedriften har et klart mål om og en strategi for å vokse. Det kommer tydelig fram i undersøkelsen Menon Economics har gjort for oss.

Bedrifter med ledere som har ambisjoner om vekst og et profesjonelt styre, vokser raskere enn de som ikke har det.

Hvis bedriften ikke **vil** vokse, skjer det heller ikke.

Da er det grunn til å spørre:

Hvordan omtaler vi dem som uttrykker ambisjoner, tar risiko og satser?

Bli de møtt med skepsis eller støtte?

Bjørn Kjos har fortalt oss hvordan Norwegian ble latterliggjort og dødsdømt. Han fortsetter å trosse dette og bygge selskapet videre.

Karl Munthe-Kaas har fortalt om hvordan det han ser som investeringer i fremtiden, blir omtalt som «tap» i mediene.

NHO gjorde for et par år siden en undersøkelse i Norge og nabolandene som viser at flertallet av de norske respondentene mener at politikerne har æren for den høye velstanden i landet vårt, ikke de lønnsomme bedriftene.

I Sverige og Danmark mener flertallet at næringslivet skal ha størstedelen av æren.

Det er naturligvis ikke noe enten-eller, men mye tyder på at koblingen mellom verdiskaping og velferd er utydelig for mange i Norge.

*

I tillegg til de fire K-ene jeg har snakket om, er det også andre faktorer som er avgjørende for vekst:

Forskning fra andre land viser at det vi kaller et økosystem er av stor betydning. Vekstbedriftene trenger nettverk, rådgivere, kunnskapsmiljøer og tilgang til markedene.

Norge er et samfunn der forskjellene er små og tilliten oss imellom er sterk. Vi har også erfaring med omstilling. Norsk næringsliv har vært og er i kontinuerlig omstilling. En viktig årsak til det er godt samarbeid mellom medarbeidere og ledelse i bedriftene.

Dette er norske fortrinn.

Og ja, vi snakker mye om norske fortrinn – og det er det grunn til. Men vi har også noen særlige ulemper: Vårt høye kostnadsnivå og avstand til markedene nevnes ofte. Og er reelle.

Jeg tror også vi må erkjenne at vi på grunn av høye inntekter over lang tid har manglet de incentivene til å utvikle nytt næringsliv som en del andre land, som våre naboland, har hatt.

Fremover blir det avgjørende at vi bygger på særnorske fortrinn, men også at vi forstår vårt utgangspunkt for øvrig.

Et godt utgangspunkt er ikke nok. Ingenting skjer av seg selv.

*

Gjennom en god innovasjonspolitik og næringspolitikk kan det offentlige bidra til at norske bedrifter griper mulighetene og lykkes.

I innspillene vi overleverer til næringsministeren i dag kommer vi derfor med noen råd, basert på det vi lærer gjennom vår kontakt med næringslivet:

1. Vi må bruke offentlige innkjøp som vekstmotor. Virkemiddelapparatet kan legge til rette, men offentlige virksomheter må bruke verktøyene. Det offentlige markedet er stort, stort nok til å være et hjemmemarked norske bedrifter kan ha som base, før de går ut i internasjonale markeder. I Storbritannia måler de hvor mye som kjøpes fra landets egne høyvekstforetak – det kan vi gjøre her i landet også.

2. Vi må ha et offensivt og smidig virkemiddelapparat.

Regjeringens gjennomgang bør føre til at vi får flere løsninger som bidrar til internasjonal vekst i bedriftene. Den bør også sikre at offentlige penger bidrar til at private investorer kommer med. Ta utgangspunkt i hva næringslivet trenger, for å skape det landet trenger.

3. Vi må slutte å sløse med gode ideer! Vi må lykkes bedre med å skape produkter og tjenester av forskning.

EU har de senere år dreid sine investeringer i forskning og innovasjon mot markedsorientering, kommersialisering og vekstkaptial. Kunnskapen må i større grad bli til nye vekstbedrifter, arbeidsplasser og verdiskaping.

Det gleder meg at vi her i dag har besøk av en minister som har gått fra kunnskap til næring. Norge bør gjøre det samme.

4. Vi må investere mer i eksport.

Vi må styrke evnen til å ta bedrifter fra hele Norge ut i verden.

Da må vi jobbe langsiktig og samlet. Vi skal selge våre løsninger på områder der det er lite kjent hva norske firmaer står for. Da trenger vi kommersiell kompetanse – og å bli bedre selgere enn vi er nå. Det skal Innovasjon Norge bidra til, gjennom jobben vi gjør på våre kontorer i hele Norge og internasjonalt.

*

Jeg har lyst til å gi et løfte på vegne av Innovasjon Norge:
Vi skal hele tiden lytte og hele tiden jobbe for å bli bedre.

Nå er vi i gang med å forme en ny strategi for vår virksomhet. Den må gjøre oss i stand til å utnytte vårt enestående nettverk over hele landet og hele verden til å gjøre en enda bedre jobb for norsk næringsliv.

Innovasjon Norge er og skal være en åpen organisasjon, i nær kontakt med hele bredden av norsk arbeids- og næringsliv.

Noe av det jeg mener vi bør vurdere i strategiarbeidet, er om vi skal invitere næringslivet til å bli med i et nasjonalt, strategisk råd for innovasjon, vekst og verdiskaping.

*

La meg oppsummere til slutt:

Norsk økonomi går godt, og det etableres mange, mange nye bedrifter i Norge hvert år. Det gir oss nå en unik mulighet til å gjøre de investeringene som skal til for at vi driver frem flere vekstbedrifter, og gjør det enda bedre fremover.

Vi kommer til å trenge disse bedriftene.

Men vi kommer ikke unna at også vi må prioritere.

Nå er det tid for å prioritere det som skal til for å få frem vekstbedriftene.