

## **Innovasjonstalen 2021**

**Håkon Haugli, 2. juni 2021**

**(sjekkes mot fremføring)**

\*

Kjære statsråd, kjære alle sammen,

**Hva vil vi skrive i historiebøkene om disse dagene – om perioden fra 2020 til 2021?**

**Kanskje at kriseåret også ble et gjennombruddsår for innovasjon.**

\*

Det har vært et ekstraordinært år. Med helt ulike opplevelser av krisen.

Mange har vært syke eller opplevd sykdom i nær familie.

Andre har mistet jobben. Det er brutalt. Uansett.

Fortvilelsen er like stor for dem dette gjelder og for bedrifter med tomme ordresystemer, selv om det går godt i andre deler av næringslivet.

For lokalsamfunn som er avhengige av næringer som har ligget nede, er det liten trøst i at det har gått bra andre steder.

Så ja, et kriseår.

\*

Og samtidig: vi har gjennom hele året og den siste timen, sett eksempler på ekstraordinær omstilling og innovasjon.

\*

Den gode utviklingen vi har hatt de siste årene, med stadig flere gode gründere, stoppet ikke opp.

Tvert imot. Vi fikk flere, ikke færre, nye bedrifter i kriseåret 2020.

Tilgang på risikovillig kapital, på og utenfor børsen har gitt unge vekstselskaper et løft. Ikke siden 2007 er det børsnotert like mange nye bedrifter i Norge som i 2020. Vi har lenge lett etter «enhjørningene». Nå ser det ut til at det kan komme flere. Autostore, Kahoot, Cognite, og Oda.

Omstillingen i etablert næringsliv har fått økt fart og kraft.

I mange større bedrifter har vi sett investeringer i ny teknologi og omstilling både for det korte og det lange.

Krisen har gitt et digitalt løft. Vi har alle tatt i bruk nye digitale verktøy. Det gir effekt. I tillegg har alle næringer nå søsternæringer med «tek» i navnet. Helsetek, fintek, agritek, edtek og kreativ tek. I disse går det godt, imponerende godt.

En siste observasjon: Vi ser nå fantastiske prosjekter som kan gi ny, grønn storindustri. Batterifabrikker i Sandnes, Arendal og Mo i Rana. Hydrogensatsinger. Og ny industri basert på ressurser fra skogen og havet. Alle disse utnytter naturgitte fortrinn og bygger sterke kompetansemiljøer.

I mye av dette, er det to fellesnevnerne:

Grønt og digitalt.

\*

I fjor sa jeg at ingen land har like gode forutsetninger som Norge for å utvikle havøkonomien eller for å teste løsninger under ekstreme forhold. Og at ingen ligger foran oss i elektrifisering eller bruk av avansert teknologi i oppdrett, i fjøs eller på havbunnen.

Jeg er optimist. Det var jeg i fjor og det er jeg i år.

Det er det også et par nye grunner til:

- Vi ser økt internasjonal etterspørsel på områder der Norge har de aller beste forutsetninger: Mange land gjør nå enorme investeringer i grønne løsninger. Det skjer i USA gjennom planen Build Back Better, i EU i European Green Deal, og i Asia, for eksempel har vi hørt om Sør-Koreas Green New Deal.  
Det betyr noe for oss.  
Norge er en oljenasjon, men også en fornybarnasjon, innen vann, vind og sol. Vi har mer enn hundre års erfaring med fornybar energi og femti år med olje- og gasserfaring å trekke veksler på. Og har vist vei innen

elektrifisering av transport til lands og vanns. **Ingen land kan like mye om energi som oss.**

- I tillegg opplever vi innovasjonskraft i hele landet. Det er umulig å peke på en del av Norge og si der, akkurat der, ser vi mest innovasjon. Heldigvis. Takket være en regjering og et storting som handlet raskt og ga oss tillit, ble Innovasjon Norges samlede låne- og tilskuddsrammer doblet i 2020. I alle fylker så vi kraftig økning i aktivitet. **Vår oppgave er å bidra til utvikling i hele landet. Det gjør vi.**

\*

Min oppsummering av det vi har hørt i dag, er enkel: Det skjer mye. Det skjer nå. Vi har et godt utgangspunkt. Men et godt utgangspunkt er ikke nok.

Forskerne som på oppdrag fra Innovasjon Norge har kartlagt hvordan pandemien påvirker næringslivet, peker på noen tydelige utviklingstrekk.

Jeg vil nevne tre:

Først, at det er naturlig å forvente at innovasjonsaktiviteten går ned i en krise. Det så vi også på våren og forsommeren i fjor. Bedriftene konsentrerte seg om kjernevirksomheten og kuttet kostnader. De unngikk å ta risiko.

**Men så skjedde det noe.** Mange bedrifter brukte tiden både til å snu seg rundt for å møte den kortsiktige utfordringen, **og** til å legge strategier for «etterpå». I Innovasjon Norge har vi sett det samme: Vi har bidratt med finansiering til betydelig flere innovative prosjekter enn i et normalår.

«**Sjokkdigitalisering**» er ordet forskerne bruker om at bedriftene flyttet kundekontakt og samarbeid over på digitale plattformer. Det ga nye fordeler.

Likevel er forskningen tydelig på at vi har sett for lite digital transformasjon. Det er noe annet. – Bruk av avansert, muliggjørende teknologi, kunstig intelligens, stordata og robotisering.

I mars la regjeringen la fram en melding om datadrevet økonomi og innovasjon. **Paradoksalt nok, kanskje, har krisen har gitt oss et springbrett for digital transformasjon** – fordi kundebehov og digitalisering mer enn noensinne er på agendaen i ledelse og styrerom.

Et tredje viktig funn er at både **kundene og bedriftene selv legger større vekt på bærekraft** enn før.

For investorer er bærekraft gått fra å være et konkurransefortrinn til å være en forutsetning. Det er blitt bedre tilgang på kapital til grønne, små og mellomstore bedrifter og prosjekter.

Den ambisiøse klimapolitikken vi nå ser i store deler av verden, gir nye, store muligheter, men representerer også utfordringer for Norge. Raskere enn mange har forventet, kommer behovet for nye, grønne jobber, bedrifter og eksportinntekter.

---

\*

Med støtte i forskningen og våre egne erfaringer mener vi det er behov for kraftfull, koordinert innsats på flere områder.

Vi har et godt, norsk ord for dette: «Skippertak».

Den opprinnelige betydningen av skippertak er et så tungt tak, at alle, selv skipperen må være med.

Vi bruker kanskje ordet for å beskrive prosjekter vi burde tatt tak i tidligere, som innspurten til en eksamen eller vårrydding i garasjen. Og vi skammer oss kanskje litt over det vi oppfatter som en særnorsk, plutselig og kortsiktig tilnærming til større utfordringer, som kontrast til den vi mener å se i andre land.

Men akkurat nå, er vi sammen med mange andre land om dette.

Vi har behov for innsats på tvers av sektorer, kraftfull, fokusert, og der alle er med – små og store bedrifter, investorer, universiteter, klynger og organisasjoner. Og alle skipperne.

Det bringer meg til våre innovasjonspolitiske råd.

1.

Det første er nettopp å ta et skippertak for store investeringer i grønn industri ved å etablere en norsk, grønn investeringsplattform.

Dette rådet gir jeg, med et bakteppe av bekymring for at Norge er i ferd med å sakke akterut i konkurransen, også sammenlignet med våre naboland.

I Europa har flere land etablert slike investeringsplattformer for å mobilisere og kople privat og offentlig, nasjonal og internasjonal risikokapital.

Målet med en norsk investeringsplattform må være å utløse privat kapital og investeringer for å få prosjekter til å vokse, fra pilot til demonstrasjon og videre til industriell skala. Bare innenfor batterier er det anslått at vi kan skape inntil 30.000 arbeidsplasser i Norge.

Regjeringen bør legge ansvar på aktører som Nysnø, Investinor og Innovasjon Norge, og stille krav om raske prosesser og mobilisering av privat og utenlandsk kapital.

Samtidig må vi bli bedre på å tiltrekke oss kompetent kapital. Erfaringene fra vårt arbeid med å få utenlandske investeringer til Norge, er at vi har mange styrker, men også svakheter i konkurransen om internasjonale bedriftsetableringer. Det handler om kompetanse og infrastruktur, men også om at vi må koordinere bedre og raskere på myndighetssiden.

2.

Vårt andre råd handler om eksport.

Det finnes bare én måte å øke norsk eksport på: **Gjennom nye kontrakter mellom norske leverandører og utenlandske kunder.**

**Vårt råd til regjeringen er derfor å styrke det apparatet som finner de virkelig store eksportmulighetene.**

\*

Den enkle jobben er å liste opp det vi er gode på i Norge.

Den vanskelige jobben er å se de internasjonale markedsmulighetene, forstå dem og kontinuerlig utvikle løsninger som dekker kundenes behov.

Helt sentralt fremover, blir det derfor at vi ser virkemidlene for eksport og næringsutvikling i sammenheng. På områder der mulighetene ute i verden er store, bør vi gjøre større investeringer i næringsutvikling hjemme. Det er lett å finne eksempler på områder der det både er økende etterspørsel og vi har norske styrker: Hydrogen i Tyskland og havvind i Frankrike og Nord-Amerika, sjømat og havteknologi, helse- og landbruksteknologi eller bærekraftige bygg.

Vi er godt posisjonert, men ikke alene. Dersom vi ikke evner å gripe disse mulighetene, gjør noen andre det.

Regjeringen etablerte nylig Eksportstrategirådet. Vi vil sammen med dem, Team Norway og klyngene jobbe for nåværende og fremtidige eksportbedrifter.

Næringsklyngene er viktige samarbeidspartnere i eksportsammenheng. De preges av tillitsbasert samarbeid og har blikket ut i verden. I fjor tok vi opp ni nye miljøer i klyngeprogrammet. De satser på alt fra kunstig intelligens til sirkulære løsninger for bygg av tre og klimanøytral prosessindustri. Nå har vi 39 nasjonale næringsklynger.

De er viktige nå og blir enda viktigere fremover.

3.

Å **investere mer i digital kompetanse** er vårt tredje råd. Det går til mange : Til universitetene og høyskolene, bedriftene, virksomheter i offentlig sektor, myndighetene og oss selv.

Signalene fra næringslivet er entydige: Det er akutt behov for mer digital spisskompetanse, på mange områder. Det ligger mye læring mellom bedrifter og i klynger. Dette vet vi virker. I tillegg trengs det økt kapasitetsbygging og digital anvendelse. Nå kommer det nye, ambisiøse EU-programmet DIGITAL, som vil forsterke dette.

Men digital kompetanse er viktig, det går fort og her vil det kreves mye av mange.

4.

Vårt fjerde råd er å innføre «**missions**» i Norge. **Det går til kommuner, fylker, statlige virksomheter og myndighetene.**

Horisont Europa er verdens største forsknings- og innovasjonsprogram. I det er missions, modige og målbare innovasjonsoppdrag, et viktig verktøy.

Kommunene kan sette seg mål om utslippsfrie byggeplasser, fylker om null frafall fra videregående skole, staten om at alle skal kunne bo hjemme så lenge de vil, eller noe annet. Når det offentlige setter seg konkrete mål, åpner det nye markeder for næringslivet.

Vi har faktisk litt erfaring med å jobbe slik i Norge. Vår suksess med el-ferger, drevet frem av klimaambisiøse fylkeskommuner og innovative verft, er et

eksempel. Mobiliseringen for å møte akutte, koronarelaterte behov i 2020, er et annet.

\*

---

---

Dette var våre råd til myndighetene.

I år har bedriftene brukt mye tid på å tilpasse virksomheten til en ny virkelighet. Det har de vært nødt til, og det har de hatt tid til.

Som sparringpartner for bedrifter i hele landet, har vi i Innovasjon Norge sett veldig mye bra.

Jeg tillater meg likevel å gi et råd også til norsk næringsliv. Vi ser at norske bedrifter underinvesterer i kommersiell kompetanse og undervurderer verdien av langsiktig merkevarebygging.

Jeg tenker **det er noe sant i alle karikaturer**, også den av norske bedrifter som heller ansetter en ingeniør til, enn den første selgeren. Og i den om at vi tror produktene selger seg selv, om de bare er teknisk gode nok. Bedrifter i land vi konkurrerer med går kanskje raskere ut i markedet, lanserer, lærer og justerer.

Så la oss lære av det.

\*

Norge og næringslivet står nå i en helt spesiell situasjon. Vi kan **slå fast at det så langt har gått bedre enn fryktet**.

**Slå fast, men ikke slå oss til ro**. Vi kan virkelig være begeistret for mye av det vi ser.

\*

Til slutt, en ettertanke:

Jeg står i Munch-museet. I 1919 malte Edvard Munch «Selvportrett i spanskesyken.» Spanskesyken var en verdensomspennende pandemi som tok livet av millioner. På bildet møter en syk kunstner blikket vårt. Han sitter foran en uoppredd sykeseng, innpakket i et teppe.

Bildet minner oss om det personlige alvor i en pandemi, men også om to andre viktige ting:

Om at det også i kriser skapes noe av langvarig verdi.

Og om at det kommer et "etterpå".

Det gjorde det for Munch.

Han levde i 25 år til og fortsatte å skape kunst som verdsettes i hele verden.

\*

**Norsk næringsliv har også brukt krisen godt.**

**Snart kommer "etterpå".**