



Knut Onsager, Frants Gundersen,
Ove Langeland og Steinar Norman

Næringsmiljø og utvikling i Fredrikstad-regionen

Søkelys på kultur og kreative næringer

NOTAT
2005:119

Tittel: **Næringsmiljø og utvikling i Fredrikstad-regionen**
Søkelys på kultur og kreative næringer.

Forfatter: Knut Onsager, Frants Gundersen, Ove Langeland og Steinar Norman

NIBR-notat: 2005:119

ISSN: 0801-1702
ISBN: 82-7071-568-9

Prosjektnummer: O-2296
Prosjektnavn: Næringsmiljø og utvikling i Fredrikstad-regionen - Søkelys på kultur og kreative næringer.

Oppdragsgiver: Fredrikstad kommune og Fredrikstad Utvikling.

Prosjektleder: Knut Onsager

Referat: Notatet belyser næringsstrukturer og utviklingstrekk i Fredrikstadregionen de senere årene, og retter et spesielt søkelys på kultur og kreative næringer. Det vises til at kultur og kreative næringer har utviklet seg sterkt de senere årene og har utviklingspotensialer i byen framover. Det vil også kunne styrke byens kvalitet og attraktivitet.

Sammendrag: Norsk

Dato: Oktober

Antall sider: 84

Utgiver: Norsk institutt for by- og regionforskning
Gaustadalléen 21, Postboks 44 Blindern
0313 OSLO

Vår hjemmeside: Telefon: 22 95 88 00
Telefaks: 22 22 37 02
E-post: nibr@nibr.no
<http://www.nibr.no>

Org. nr. NO 970205284 MVA

© NIBR 2005

Forord

Dette notatet er resultatet av et oppdragsprosjekt finansiert av Fredrikstad kommune og Fredrikstad Utvikling. Prosjektet og notatet er basert på et samarbeid mellom Stiftelsen Østfoldforskning (STØ) og Norsk institutt for by og regionforskning (NIBR). Steinar Normann (STØ) har hatt ansvaret for og skrevet kapitlene 3.3. og 4.6 (innovasjonssystem og vekstmotorer), Frants Gundersen (NIBR) har skrevet kapittel 3.2 (FoU, innovasjon) og levert deler av næringsstatistikken, Ove Langeland (NIBR) har skrevet kapittel 4.3 (lønnsomhet) og Kjetil Sørli (NIBR) har levert utdanningsdata til kapittel 4.2. Knut Onsager (NIBR) har skrevet de øvrige kapitlene med unntak for kapitlene 3.4, 4.7 og 5 (oppsummeringer og konklusjoner) som er skrevet sammen med Steinar Normann.

Oslo, oktober 2005

Ove Langeland
forskningssjef

Innhold

Forord	1
Tabelloversikt	3
Figuroversikt.....	4
Sammendrag	6
1 Innledning	8
1.1 Bakgrunn og problemstillinger.....	8
2 Teori og politikk for lokal næringsutvikling	9
3 Næringsstruktur og utvikling i Fredrikstadregionen	11
3.1 Næringsstruktur og utvikling	11
3.1.1 Hovedstrukturer og utvikling	11
3.1.2 Struktur og utvikling i enkeltsektorer.....	12
3.1.3 Regional spesialisering og utvikling	17
3.2 FoU, innovasjon og nyetableringer	20
3.3 Innovasjonssystem og nettverksprosjekter i Fredrikstadregionen.....	29
3.4 Oppsummering	37
4 Kultur og kreative næringer i Fredrikstadregionen	40
4.1 Begreper og perspektiver	40
4.2 Bransjestrukturer og utviklingstrekk.....	41
4.3 Lønnsomhet, omsetning og verdiskaping.....	47
4.4 Bedrifter, nyetableringer og dynamikk i bedriftspopulasjonen.....	54
4.5 FoU og innovasjon	58
4.6 Utvalgte miljøer og ”vekstmotorer”	59
4.7 Oppsummering	73
5 Sammenfattende konklusjoner	76
Referanser	79
Vedlegg 1 Tabeller	80

Tabelloversikt

Tabell 4.1	Nøkkeltall for Kultur og kreative næringer i Fredrikstadregionen 1998-2005. (Datakilde:BoF)	42
Tabell 4.2	Nettotilgang (nyetableringer minus nedlagte) og -frekvenser av bedrifter 1999-2004. (Datakilde:BoF).....	56

Figuroversikt

Figur 3.1	Næringsstrukturer og-utvikling i Fredrikstadregionen 1986-2003. Prosentandel sysselsatte i 6-sektorer (Datakilde:Panda).....	11
Figur 3.2	Næringsstruktur i Fredrikstadregionen 1999 og 2005. Absolutte tall. (Datakilde:BoF).....	13
Figur 3.3	Utviklingen i <u>industribransjer</u> i Fredrikstadregionen 1986-2003. Antall sysselsatte. (Datakilde:Panda).....	14
Figur 3.4	Utviklingen i <u>privat tjenesteyting</u> i Fredrikstadregionen Sysselsatte 1986-2003 (Datakilde: Panda)	15
Figur 3.5	Utvikling i ulike bransjer og sektorer 1.1. 1998-1.1. 2005. Relative endringer i sysselsetting (1.1.1998=100) (BoF).....	16
Figur 3.6	Hovedsektorens over- og underrepresentasjon i Fredrikstadsregionen i forhold til landet (Landsgjennomsnittet=100). (Datakilde:Panda2003).....	17
Figur 3.7	Bransjers under – og overrepresentasjon i Fredrikstadregionen 1998 og 2005 (landsgjennomsnittet=100) (Datakilde: BoF 2005).....	18
Figur 3.8	Regional spesialisering innen industrien. Bransjekonsentrasjoner i Fredrikstadregionen. (Datakilde: Arb.stat 2001).....	19
Figur 3.9	Kostnader til egenutført FoU per sysselsatt etter region. 2001	21
Figur 3.10	Totalt FoU-utgifter (egenutført+innkjøpt FoU) per sysselsatt etter region. 2001.....	21
Figur 3.11	Andelen av bedriftene som har FoU-aktivitet etter region. 2001	22
Figur 3.12	Andelen sysselsatte i bedriftene med FoU-aktivitet etter region. 2001.....	22
Figur 3.13	FoU-indikatorer for utvalgte regioner 1997-2001.....	23
Figur 3.14	Andelen enheter med innovasjon etter region. 2001.....	25
Figur 3.15	Andelen sysselsatte i bedrifter med innovasjon. 2001.	25
Figur 3.16	Innovasjonsindikatorer for utvalgte regioner. 1999 og 2001.	26
Figur 3.17	Etableringsfrekvens (antall nyetableringer per 100 bedrift, gj.snitt per år for perioden 1998-2000) (Kilde:).....	27
Figur 3.18	Nyetableringene fordelt på næringer i Fredrikstadregionen m.m.(kilde:).....	28
Figur 3.19	Nettotilgang av bedrifter i Fredrikstadregionen 1999 (kilde: Bolkesjø 2003)	28
Figur 3.20	Modell med innholdselementer for å øke innovasjonsevne og verdiskaping (Normann 2003).	31
Figur 4.1	Struktur og utvikling i KK-næringene i Fredrikstadregionen 1998-2005. Antall sysselsatte (Datakilde: BoF).....	43
Figur 4.2	Regional spesialisering innen Kultur og kreative næringer i Fredrikstadregionen 1.1.2005. Lokaliseringskvotienter(Landgjennomsnittet =100, gule søyler viser overrepresentasjon) (BoF).	44
Figur 4.3	Regional spesialisering innen Kultur og kreative næringer i Fredrikstadregionen, Osloregionen og hele landet utenom Oslo. Lokaliseringskvotienter (Landsgjennomsnittet =100) (FoB 2005)	45
Figur 4.4	Utdanningsnivået i KK_næringene i Fredrikstadregionen vs. landsbasis (Utdanningsnivået på landsbasis =100).....	46

Figur 4.5	Utdanningsnivået i Kultur og kreative næringer i Fredrikstadregionen vs. storbyene. (Utdanningsnivå i Norges seks største byer=100) (Kilde:NIBR/SSB)	47
Figur 4.6	Driftsmarginer KK-næringer og alle næringer 1999-2003.....	48
Figur 4.7	Driftsmarginer KK-næringer 1999-2003, median.....	49
Figur 4.8	Totalkapitalrentabilitet KK-næringer og alle næringer 1999-2003.....	50
Figur 4.9	Totalkapitalrentabilitet KK-næringer 1999-2003. Median.....	50
Figur 4.10	Omsetning per foretak i KK-næringer 1999-2003. Millioner kroner.....	51
Figur 4.11	Omsetning per foretak i KK-næringer 1999-2003. Millioner kroner. Median.....	52
Figur 4.12	Verdiskapning per foretak i KK-næringer 1999-2003. Millioner kroner.....	53
Figur 4.13	Verdiskapning per foretak i KK-næringer 1999-2003. Millioner kroner. Median.....	53
Figur 4.14	Gjennomsnittelige bedriftsstørrelser Kultur og kreative næringer i Fredrikstadregionen 2005(BoF) (Datakilde BoF)	55
Figur 4.15	Dynamikken i bedriftspopulasjonen for Kultur og kreative næringer i Fredrikstadregionen 1999-2004. (Datakilde:BoF).	57
Figur 4.16	FoU-indikatorer for utvalgte regioner og næringsgrupper. 2001.	58
Figur 4.17	Innovasjonsindikatorer for utvalgte regioner og næringsgrupper. 2001.	59
Figur 4.18	Oversikt over utviklingen av Medieparken.	67

Sammendrag

Knut Onsager, Frants Gundersen, Ove Langeland og Steinar Norman

Næringsmiljø og utvikling i Fredrikstad-regionen

Søkelys på kultur og kreative næringer

NIBR-notat 2005:119

Notatet analyserer næringsmiljø og utvikling i Fredrikstad fra to innfallsvinkler. I den første delen analyseres (1) næringsmiljøet og -utviklingen i vid forstand, og i den andre delen (2) kultur og kreative næringer spesielt. I begge analysene ser vi på egenskaper, styrker og svakheter, i næringstruktur, utviklingstrekk og dynamikk.

Fredrikstad har et stort innslag av konkurranseutsatt industri. Det gjør byen utsatt for ytterligere tap av mange arbeidsplasser med den økende internasjonale konkurransen. Skal man unngå at gapet mellom etterspørsel og tilbud i arbeidsmarkedet øker framover må det utvikles mange nye arbeidsplasser i årene som kommer. Foruten offentlig sektor, er det særlig er innen privat tjenesteyting at man kan forvente flere arbeidsplasser og økt sysselsetting. I denne sammenheng er forretningsmessig tjenesteyting, kultur og kreative næringer, aktuelle vekstsektorer med lokale utviklingsmuligheter. Utviklingen i disse næringene er påvirket av generell makroøkonomi foruten Fredrikstads egen utviklingsevne og attraktivitet.

Innenfor kultur og kreative næringer er Fredrikstad spesialisert innen media, kunst, musikk, restaurant, teknisk konsulent og design. Flere av disse næringene har hatt betydelig vekst og gitt en netto tilvekst på 520 arbeidsplasser i Fredrikstad de senere årene (+17% 1998-2005). Dette er næringer som i følge internasjonal forskning gir ringvirkninger for innovasjon og omsetning i andre næringer, og har betydning for byers identitet og attraktivitet som bo-, arbeidsted og opplevelsested. Det er grunn til å tro at en del slike effekter også har gjort seg gjeldende i Fredrikstad uten at vi har kunnet undersøke i hvilken grad og på hvilken måte i dette prosjektet.

Foruten betydelige miljøer innen teknologisk industri, kultur og kreative næringer, har Fredrikstad et allsidig nærings- og samfunnsliv som her store potensialer for nyskaping og arbeidsplasser gjennom tettere samarbeid og nye kombinasjoner mellom ulike næringer og kompetanser. Informantintervjuer og erfaringer fra næringsnettverkene i området indikerer imidlertid at de lokale/regionale innovasjonssystem(ene) ikke er like operative og velfungerende som de kunne vært selv om en del av de formelle organisasjonene er på plass. Det synes å være klare forbedringsmuligheter i forhold til å styrke samhandlingen mellom aktørene. Det samme gjelder også kompetansen og finansieringen knyttet til prosessleder og sekretariat for nettverkssfunksjoner.

Det anbefales at lokale myndigheter og private aktører innen kultur og kreative næringer samler seg om et felles utviklingsprogram som kan identifisere og finansiere konkrete utviklingsprosjekter. Foruten kommunens egne bidrag krever dette også at private aktører i større grad bidrar og forplikter seg m.h.t. finansiering og menneskelige ressurser.

Innenfor det mer tradisjonelle næringslivet er det også behov for et mer systematisk lokalt/regionalt utviklingsprogram som kan styrke samhandlingen og møte kompetansebehovene.

1 Innledning

1.1 Bakgrunn og problemstillinger

Bakgrunnen for dette arbeidet var en forespørsel fra Fredrikstad kommune og Fredrikstad utvikling om bedre dokumentasjon som grunnlag for arbeidet med *strategisk næringsplan* og relatert *utviklingsarbeid og politikk* i Fredrikstadregionen. I samarbeid med oppdragsgiver ble det utformet en projektskisse der følgende to hovedspørsmål og tema skulle analyseres:

(1) *Hva karakteriserer næringstrukturen og utviklingstrekkene generelt i Fredrikstad ?* Søkelyset skulle her rettes mot generelle og spesifikke egenskaper, sterke og svake sider, samt utviklingstrekk som kjennetegnet hele nærings- og sektormiljøet i området.

(2) *Hva karakteriserer kultur og kreative næringer (KK) spesielt i Fredrikstad – og hvilke utviklingsmuligheter ligger her ?* Søkelyset skulle her rettes mot egenskaper, utviklingstrekk og dynamikk i disse næringene, herunder sterke og svake sider, og man skulle vurdere relevans og aktuelle tiltak for å styrke disse næringenes utvikling lokalt.

Punkt 1 skulle baseres på eksisterende forskning og data som skulle oppsummeres, men foruten suppleres litt med nyere data. Hovedinnsatsen i prosjektet skulle knyttes til punkt 2 med nye analyser basert på ferske registerdata og informantintervjuer.

Analysene er i hovedsak avgrenset til Fredrikstadregionen som her betyr Fredrikstad og Hvaler kommuner. Disse danner en funksjonell arbeids- og serviceregion etter SSBs tidligere prognoseregioner, men etter SSBs nyere økonomiske region inngår de som en del av Nedre Glommaregionen (som også inkluderer Sarpsborg og Rakkestad). Selv om vi bruker Fredrikstadsregionen som den primære enheten trekker vi også inn stedvis Nedre Glommaregionen som en utvidet analyse- og referanseenheter.

2 Teori og politikk for lokal næringsutvikling

Lokal/regional næringsutvikling og -politikk

Økt internasjonalisering, kunnskapssamfunnets framvekst og desentralisering av regionalt utviklingsansvar, har gitt et økende fokus på lokal og regional utviklingspolitikk og –strategier i mange land de senere årene. Det samme har skjedd i Norge hvor man de senere årene også har sett utviklingen av mer ”aktive regioner” i ulike deler av landet. Selv om nyhetsgraden, form og innhold i dette riktignok varierer en god del mellom regioner og deler av landet har man sett en økende tendens til at lokale og regionale aktører har tatt et mer offensivt utviklingspolitisk engasjement, utviklet nye samarbeidsorganisasjoner og –koalisjoner, og arbeidet mer systematisk med profilering av lokal-samfunn og regioner utad. Aktive private og offentlige aktører og samarbeidsorganer søker i økt grad å påvirke lokal utviklingsevne og attraksjonskraft.

Generelt er lokal næringsutvikling påvirket av tre hovedfaktorer:

- *Makroforhold* : endringer i (inter-) nasjonal politikk, teknologisk utvikling etc.
- *Lokale ressurser og utviklingsevner* - egne evner til utvikling, nyskaping, vekst.
- *Attraksjonskraft*: evne til å holde på og trekke til seg folk, kompetanse, ideer, bedrifter og kapital utenfra.

Makroforhold setter generelle ramme- og endringsbetingelser for lokal næringsutvikling og tilpasning, men gir også utslag i ulike typer trusler, muligheter og utfordringer lokalt.

Lokale ressurser og utviklingsevner er knyttet til egenskapene ved de lokale/regionale ressursene (human, sosial og kulturell kapital), institusjonene (av betydning for kunnskapsutvikling, innovasjon og samarbeid) og de bebygde fysiske strukturene. Noe forenklet består dette av to hovedelementer, for det første egenskaper ved det etablerte nærings- og kunnskapsmiljøet, og for det andre evnen til å utvikle kompetanse- og innovasjonsgivende nettverk og samarbeid i regionen og eksternt.

Attraksjonskraft går på lokal/regional evne til å holde på og trekke til seg ideer, individer, organisasjoner, kompetanse og kapital utenfra, og samtidig utvikle kompetanse- og innovasjonsgivende nettverk og samarbeid med aktører/institusjoner utenfor egen region.

Et sentralt element i en regional utviklingspolitikk er *nærings- og innovasjonspolitik*. Sentrale elementer i nyere politikk på dette feltet internasjonalt er basert på (European Commission 2002, Landabaso 2001):

1. Økt fokus rettet mot å styrke *unike ressurser og egen utviklingsevne* i regionen.
2. Å plukke ut *bedrifts- og næringsmiljøer* som stimuleres og understøttes.

3. Å stimulere til *utviklingssamarbeid og nettverk* mellom bedrifter, kunnskaps- og utviklingsorganisasjoner i miljøet.
4. Å legge til rette for *arenaskaping og møteplasser* i miljøet.
5. Å styrke tilpasset *infrastrukturer* (inkl. utdanning, innovasjonsservice etc)
6. Å styrke *profileringen og markedsføringen* av regionalt næringsmiljø og regionens styrke, kvalitet og attraktivitet utad.
7. Å *maksimere åpenheten* for impulser utenfra – og styrke kontakten og tilgangen på ideer, folk og bedrifter utenfra.

Når det særlig gjelder punkt 2 er det ikke noen absolutte suksesskriterier for hvilke bransjer, bedrifts- og næringsmiljøer som man bør plukke ut. Forskningen gir ikke noe svar på om man bør fokusere på små eller store bransjemiljøer, svake eller sterke bransjemiljøer, gryende eller modne forretningsområder og bransjemiljøer. Her vil regionale forhold og politikk avgjøre prioriteringene, selv om en generell anbefaling vil være at det sjelden er lurt å fokusere for smalt i forhold til en bransjemessig avgrensning. Ofte vil det også være fornuftig å ha en tosidig strategi som både er rettet mot (1) viktige etablert næringsmiljøer som står ovenfor store utfordringer i forhold til innovasjon, og (2) utvikling av potensielt nye vekstnæringer.

Et sentralt element i nyere regional innovasjonspolitik er som listen over antyder knyttet til bruken av ”myke” virkemidler, slik som samarbeid, nettverk og arenaskaping. Et annet sentralt element er vektleggingen av offentlige myndigheters rolle, men også offentlige-private partnerskap og samarbeidsorganers roller, som tilretteleggere, arenskapere og nettverkskoplere. Det er særlig viktig i tidlige faser av klyngeutvikling og utvikling av nye vekstnæringer.

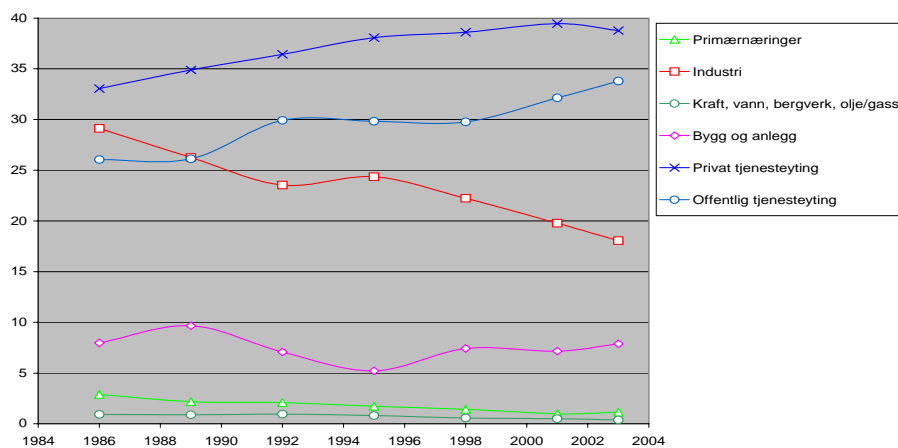
3 Næringsstruktur og utvikling i Fredrikstadregionen

3.1 Næringsstruktur og utvikling

3.1.1 Hovedstrukturer og utvikling

Fredrikstad er i dag en *blandet industri- og serviceregion*. Tjenesteyting er den klart største enkeltsektoren med drøye 70 prosent av alle ansatte, og der privat tjenesteyting er noe større enn offentlig tjenesteyting (se figur 3.1 og tabell 3.1).

Figur 3.1 *Næringsstrukturer og-utvikling i Fredrikstadregionen 1986-2003. Prosentandel sysselsatte i 6-sektorer (Datakilde:Panda).*



Industriektoren har hatt en fallende andel av sysselsettingen over lang tid (-1400 ansatte 1986-03), mens privat tjenesteyting (+4500 ansatte) og offentlige tjenesteyting (+4700 ansatte) har hatt en sterkt økende andel. De siste fem årene har veksten særlig kommet i offentlig tjenesteyting, bygg og anlegg og til dels privat tjenesteyting.

Fredrikstadregionen er en *vekstregion* preget av omstilling fra vareproduksjon til tjenesteyting. I den siste tiårsperioden (1992-2003) har regionen hatt en høyere relativ total sysselsetningsvekst enn landet (henholdsvis 33% og 25% 1992-2003, se tabell 3.1. i vedlegg). Det skyldes en gunstigere utvikling i regionen innenfor offentlig sektor, bygg/anlegg og industri, enn på landsbasis. En klart sterkere relativ vekst innen offentlig

sektor i Fredrikstad i forhold til landet, skyldes spesielle regionale forhold i statlig sektor (utvikling av og vekst ved sentralsykehuset og høgskolen) og kommunal sektor (økte omsorgsoppgaver på grunn av demografiske strukturulempen).

Veksten i sysselsettingen i regionen har vært avtagende med et klart *taktskifte* rundt 1998-99. Fra en gjennomsnittlig årlig vekst på 4 prosent (1992-98) ble den redusert til 2 prosent (1998-2003). Dette skyldtes et omslag i privat sektor, både i industrien (fra 2 til -2 prosent/året) og privat tjenesteyting (fra 5 til 2 prosent/ året). I offentlig tjenesteyting var det omvendt med en litt økende vekstrate (fra 3 til 5 prosent/året), som bare i noen grad motvirket konjunkturedgangen i privat sektor.

Svekket veksttakt i privat sektor utover i perioden faller sammen med en *nasjonal trend*. Tilbakeslaget for privat sektor må i hovedsak tilskrives en generell svekkelse av industriens konkurransevne¹ og svekkede nasjonale og internasjonale konjunkturer. Nedgangen i Fredrikstadregionen var imidlertid relativt sett noe mindre enn på landsbasis 1998-2003, både totalt sett og for industrien, mens utviklingen i privat tjenesteyting var som for landet². Utviklingen i Fredrikstad her imidlertid vært noe svakere enn landet i de siste årene fra 2003 til i dag (se figur 3.5).

3.1.2 Struktur og utvikling i enkeltsektorer

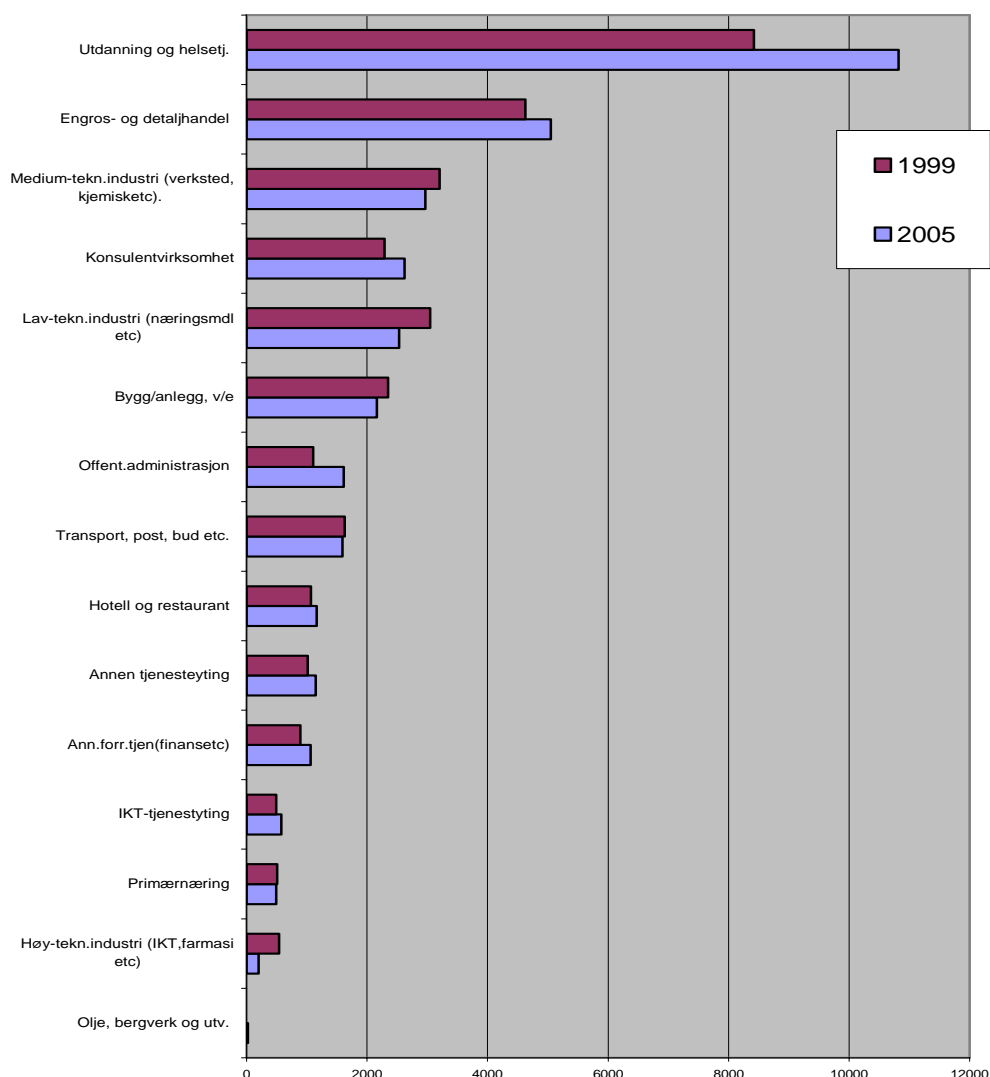
Helse, handel og industri dominerer

Nærings- og sektorstrukturen i Fredrikstadregionen er allsidig (figur 3.2). De klart største enkeltsektorene er *utdannings- og helsesektorene* (10800 ansatte 2005) og *engros- og varehandel* (5052). Deretter kommer *medium-og lav-teknologi industriene* (2966, 2535) og *konsulentbransjen* (2621). Ellers er *bygg/anlegg* (2163) en stor sektor i regionen.

¹Pengepolitikken og valutakursutviklingen i den aktuelle perioden bidro til en rekordsterk norsk kron som skapte økte avsetningsproblemer for norsk industri på eksportmarkedene.

² Nedgangen i Fredrikstadregionen var relativt sett mindre enn på landsbasis, både totalt sett (Fredrikstad fra +4 til +2 prosent/år, landet fra +3 til +1 prosent/år) og i industrien (Fredrikstad: fra +2 til -2 prosent/året, landet: fra +1 til -4 prosent/år), mens utviklingen i privat tjenesteyting var som for landet (Fredrikstad: fra +5 til +2 prosent/året, landet: fra +5 til +2 prosent/år et).

Figur 3.2 *Næringsstruktur i Fredrikstadregionen 1999 og 2005. Absolutte tall.*
(Datakilde:BoF)



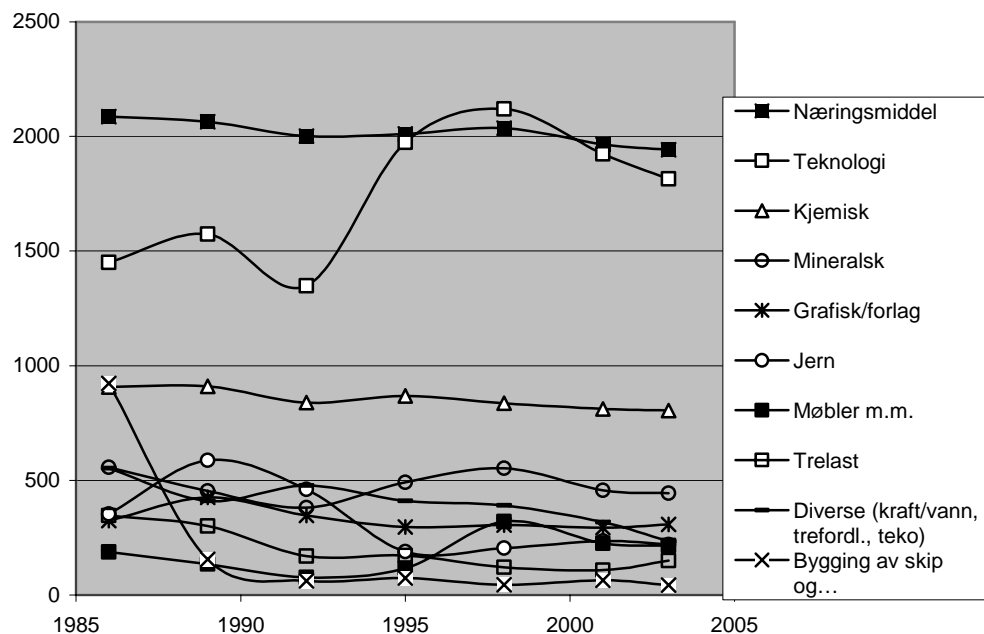
Bransjeendringer i industrisektoren

Fredrikstad har en *stor og allsidig industrisektor*. Totalt sett har industrien som sysselsetter gått tilbake i Fredrikstadregionen (minus 19 %, dvs. 1400 ansatte 1986-2003), men denne nedgangen har vært mindre enn på landsbasis (minus 29 %). Grunnen til at nedgangen i regionen er mindre enn på landsbasis skyldes en bedre utvikling i de store industribransjene (næringsmiddel, teknologi, kjemisk). Nedgangen i næringsmiddelindustri og kjemisk industri har vært mye mindre enn på landsbasis (henholdsvis -7 og -11 prosent i Fredrikstad, mot -15 og -80 på landsbasis), samtidig har det vært vekst i regionens teknologiindustri (+25%) som har hatt nedgang på landsbasis (-21%). *Med andre ord i store industribransjer som næringsmiddel, teknologi og kjemisk, har Fredrikstad styrket sin relative posisjon i forhold til landet i perioden 1986-2003, som indikerer en utviklings- og konkurranseevne i disse næringene over gjennomsnittet for landet.*

Foruten de to store bransjene næringsmiddelindustri og teknologiindustri, er det i tillegg et betydelig innslag av ulike typer små industribransjer (se figur 3.3). Hovedstrukturen

med 2-3 store bransjer, og 6-7 småbransjer, har holdt seg relativt stabil over lang tid. Det er bare utviklingen i skipsbygging som bryter med denne stabiliteten i bransjestruktur. Som en tidligere stor bransje ble den utradert tidlig på 1990-tallet med nedleggningen av FMV. Som det vil framgå senere (figur 3.5) har det imidlertid de siste årene også vært en relativt radikal nedgang innenfor den delen av teknologiindustrien som er definert som høyteknologisk industri, og større enn på landbasis. Innenfor skipsbygging og høyteknologisk industri har derfor Fredrikstadregionen svekket sin relative posisjon betydelig i forhold til landet. Det kan her synes som regionen har vært sårbar innenfor enkelte industrisektorer når disse har blitt preget av sterkt økt global konkurranse, internasjonale restruktureringer og oppkjøp fra store multinasjonale foretak.

Figur 3.3 *Utviklingen i industribransjer i Fredrikstadregionen 1986-2003. Antall sysselsatte. (Datakilde:Panda)*

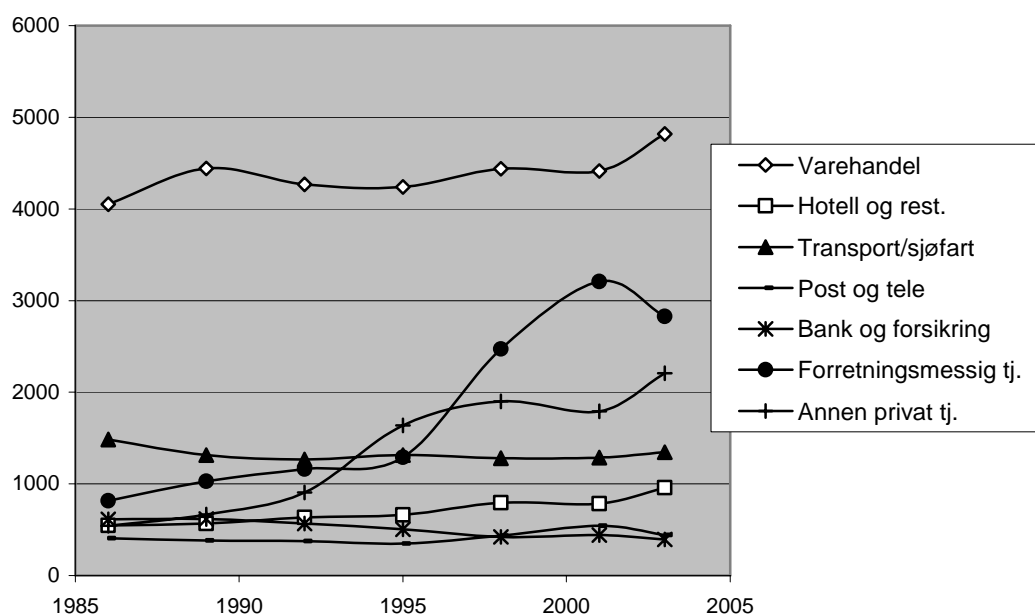


Privat tjenesteyting - vekstnæringene

Totalt sett har det vært en kraftig vekst i sysselsettingen i privat tjenesteyting (+54%, +4500 sysselsatte 1986-2003), som er noe over veksten på landsbasis (+44%). I dag sysselsetter privat tjenesteyting over dobbelt så mange som industrien gjør i Fredrikstad. Bakgrunnen for dette skyldes sterkere relativ vekst i Fredrikstad vs landet innenfor forretningsmessige tjenesteyting (henholdsvis +250% og +137%), ”annen privat tjenesteyting” (+306% og +192%), hotell/restaurant (+76% og +63%), varehandel (+19% og +14%), og post/telekommunikasjoner (+9% og -22%). De bransjene som har hatt en mye svakere utvikling i Fredrikstad vs landet er utenriks sjøfart (-57% og -19%), bank/forsikring (-36% og -17%).

Varehandelen er den klart største private enkeltsektoren i regionen, selv om det er forretningsmessig tjenesteyting og ”annen privat tjenesteyting” som har vokst sterkest både relativt og absolutt de siste 10-15 årene (figur 3.4). Forretningsmessig tjenesteyting har imidlertid hatt en tilbakegang mellom 2002-2004, og det er nærliggende å knytte dette til tilbakeslaget innenfor IKT-tjenesteyting.

Figur 3.4 *Utviklingen i privat tjenesteyting i Fredrikstadregionen Sysselsatte 1986-2003 (Datakilde: Panda)*



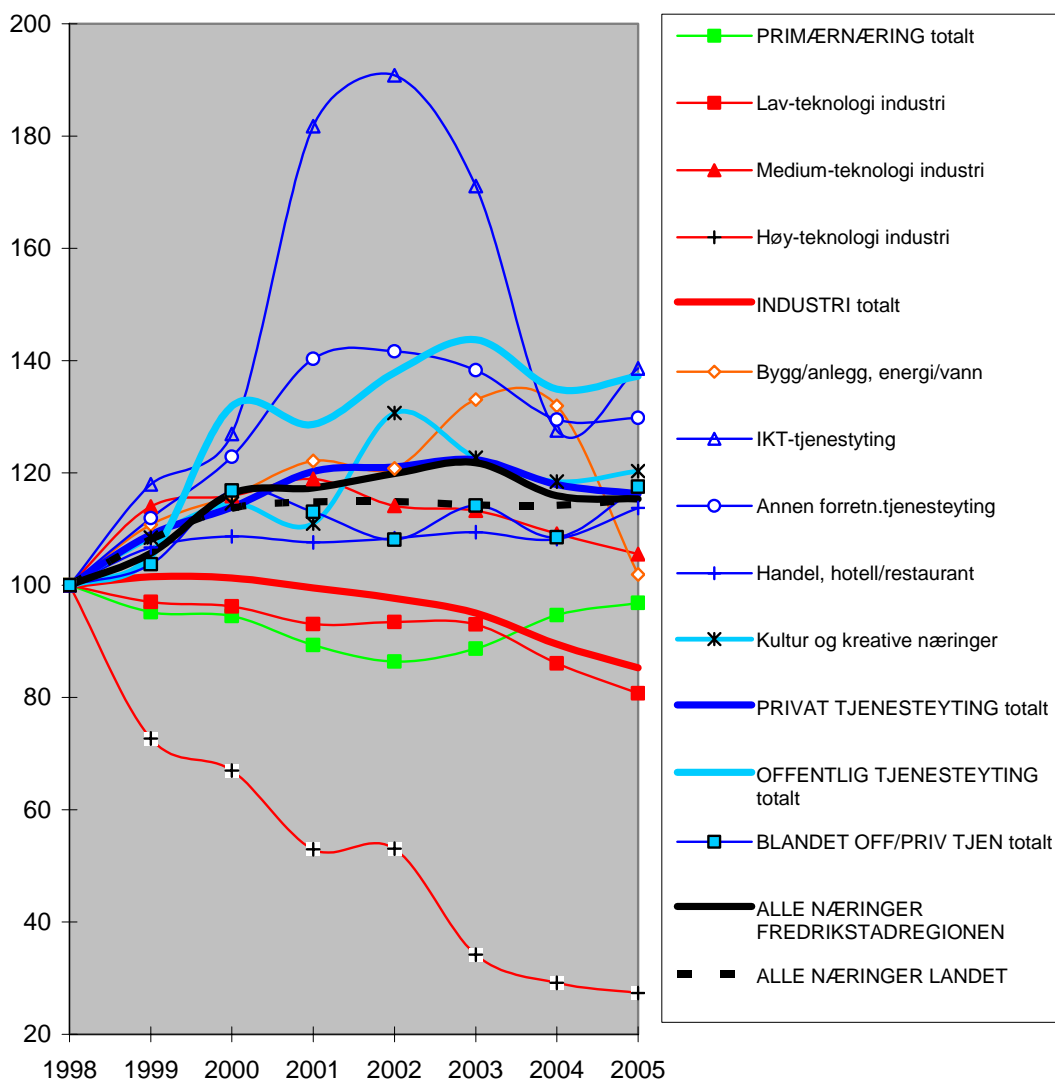
IKT-tjenesteyting og høyteknologisk industri for fall?

Ser vi utviklingen de senere årene etter næringsinndeling basert på teknologigrad får vi fram et bilde som viser en negativ utvikling i Fredrikstadregionen særlig innenfor høyteknologisk industri og IKT-service (se figur 3.5). For IKT-tjenesteyting viser kurven at Fredrikstad også har hatt sin IT-boble, som sprakk rundt 2001-2002, selv om nedgangen ser ut til å ha stoppet opp de siste årene. Sysselsettingsnivået i IKT-tjenesteytingen i regionen ligger imidlertid fortsatt nesten 40 prosent høyere i 2005 enn i 1998, som er en mye gunstigere utvikling enn på landsbasis³. Ser vi imidlertid på høyteknologisk industri har den vært preget av sterk tilbakegang i Fredrikstad, og mye større her enn på landsbasis og for Osloregionen for denne industrien⁴.

³På landsbasis har i IKT-tjenesteyting økt med 14% (1998-2005), mens Osloregionen har blitt sterkt rammet av IT-bobla som sprakk ettersom aktivitetsnivået i Oslo i dag ligger 6 prosent lavere enn i 1998 (-6%).

⁴I Fredrikstad er høy-teknologi industriens sysselsetting redusert med 73% (1998-2005, dvs. fra 739 til 202 ansatte), mens den i Oslo er redusert med 20% og på landsbasis med 7%.

Figur 3.5 Utvikling i ulike bransjer og sektorer 1.1. 1998-1.1. 2005. Relative endringer i sysselsetting (1.1.1998=100) (BoF).



Det er bemerkelsesverdig at det ofte trekkes fram som en av de nye vekst- og framtidsnæringene har hatt en så svak utvikling både i Fredrikstad og nasjonalt. Utviklingen viser at både Fredrikstad og Norge synes å ha svekket sin vekst- og konkurransekraft innenfor høyteknologisk industri. Årsakene til dette er nok sammensatt men med en stadig mer intensivert global konkurranse, og mange oppkjøp av norske pionerbedrifter av utenlandseide globale selskaper ofte med påfølgende nedbygging lokalt, har gjort de små høyteknologimiljøene. Da viser industrimiljøet i Fredrikstad en helt annen styrke innenfor medium-teknologi-industrien, som rommer en rekke kunnskapsintensive og nettverks-integrerte produksjoner innen metallvarer, maskiner/ deler, mekatronikk m.m.

Kultur- og kreative næringer – en ny vekstnæring?

Kultur og kreative næringer (KK-næringene) er en gruppe næringer som har vært i vekst i Fredrikstadregionen de senere årene (omtales inngående i kapittel 5). KK-næringene danner en løs ”næringsklynge” av relaterte bransjer, som i Fredrikstad har hatt en klart

høyere veksttakt i sysselsettingen enn det øvrige næringslivet de siste 6-7 årene. Samlet sysselsetter KK-næringene i Fredrikstad 3500 personer (2005), som gjør dette til en betydelig næringsgruppering som er større enn de store industribransjene næringsmiddel og teknologi. Som det vil framgå er Fredrikstadregionen spesialisert innenfor flere av delbransjer innenfor KK-næringene, som innen teknisk konsulent/design, media (TV, radio, musikk, film) og kunst (utøvende og håndverk).

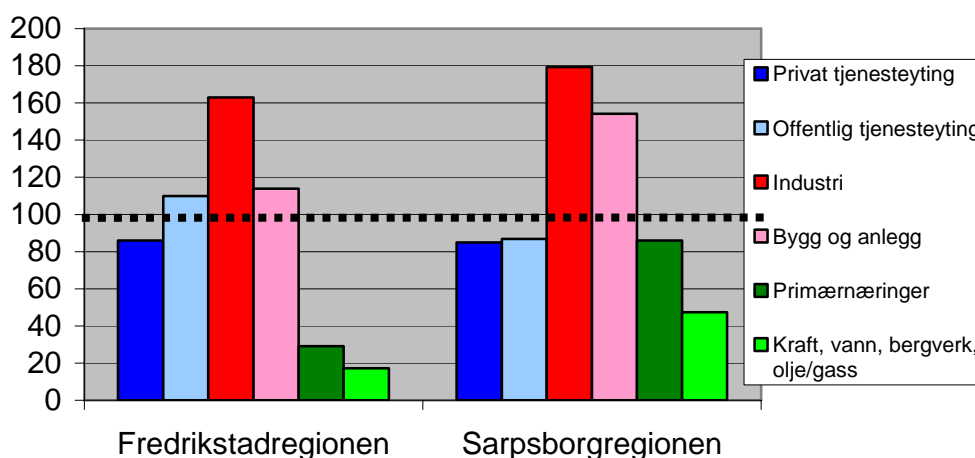
3.1.3 Regional spesialisering og utvikling

Regional spesialisering er et uttrykk for regional overrepresentasjon i en eller flere bransjer/sektorer sammenliknet med landsgjennomsnittet. Det sier noe om regionale særtrekk, og hvilke bransjer en region har hatt vekst- og konkurranseevne innenfor og utviklet store ressurser innenfor. Slik sett gir regional spesialisering uttrykk for historisk styrke innenfor de aktuelle bransjene. Dette kan være et ressursmessig og strategisk fortrinn som man kan utnytte i forhold til innovasjon og framtidig næringsutvikling, men det kan også være en svakhet om bransjen(e) man er spesialisert innenfor ikke lenger er lønnsom, er lite innovativ, binder store regionale ressurser i lite framtidsrettet produksjon eller hindrer nyskaping og framvekst av et nytt næringsliv.

Regionale spesialiseringsmønstre er ofte seiglivede strukturer som vedvarer over lang tid selv om de på ingen måte er evigvarende. I dagens globale økonomi vil man bare kunne opprettholde og videreutvikle internasjonalt konkurranseutsatt virksomhet gjennom kontinuerlig oppgradering av bedrifter og kapabiliteter i lokaliseringsregionen, herunder det institusjonelle apparatet for læring og innovasjon. Det er mange eksempler på at tidligere suksessfulle bedrifter og næringsmiljøer over tid har blitt preget av innoverskuende aktører og nettverk, og ikke vært åpne nok for eksterne impulser, trusler og muligheter, og da heller ikke evnet å omstille og fornye virksomhetene raskt nok til å møte nye utfordringer knyttet til materialer, teknologier m.m. Dette er også avhengig av evnen ulike aktører i lokaliseringsregionen har til å utvikle den regionale styrken, kapabiliteten og institusjonelle infrastrukturen i området.

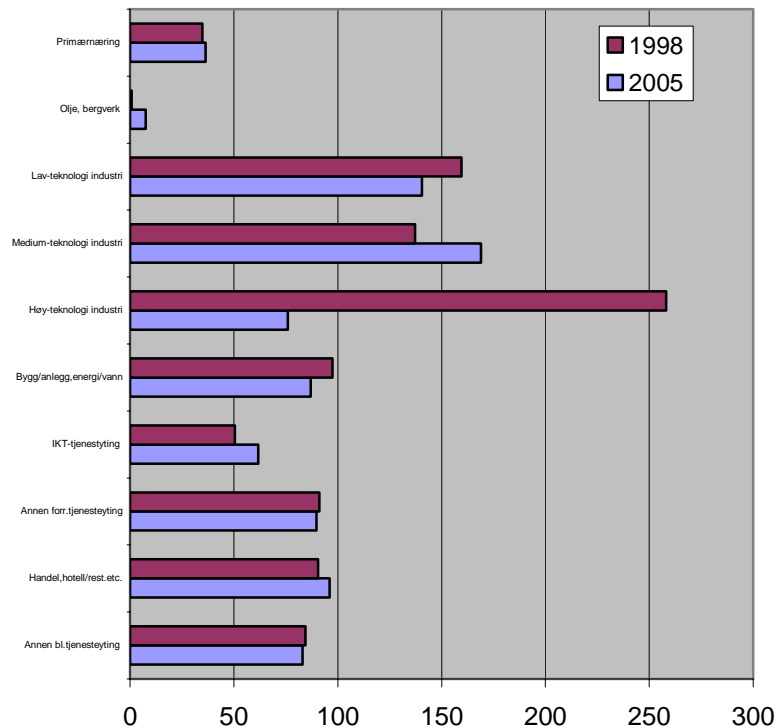
Ser vi så på Fredrikstadregionen utmerker den seg med en klart *større industrisektor* enn landet (60 prosent større enn gjennomsnittet for landet). Det gjør det relevant å betegne

Figur 3.6 *Hovedsektors over- og underrepresentasjon i Fredrikstadsregionen i forhold til landet (Landsgjennomsnittet=100). (Datakilde:Panda2003)*



Fredrikstadregionen som en industriregion i nasjonal sammenheng, selv om industrien bare sysselsetter 19 prosent av alle i regionen (mot 11 prosent på landsbasis). Ser vi nærmere på privat sektor kommer det fram at Fredrikstadregionen særlig er spesialisert innenfor *lav- og middelhøyteknologisk* industri⁵. Tendensen har vært en forsterket spesialisering innenfor middelhøyteknologisk industri (metallvarer, maskiner, mekatronikk, kjemiske produkter, plast m.m.), som har utviklet seg mye bedre i Fredrikstad enn på landsbasis de siste 5-10 årene. Tidligere var regionen også spesialisert innen høyteknologisk industri (IKT m.m.), men den tidligere omtalte nedgangen i denne delen av industrien har redusert dette til en marginal sektor.

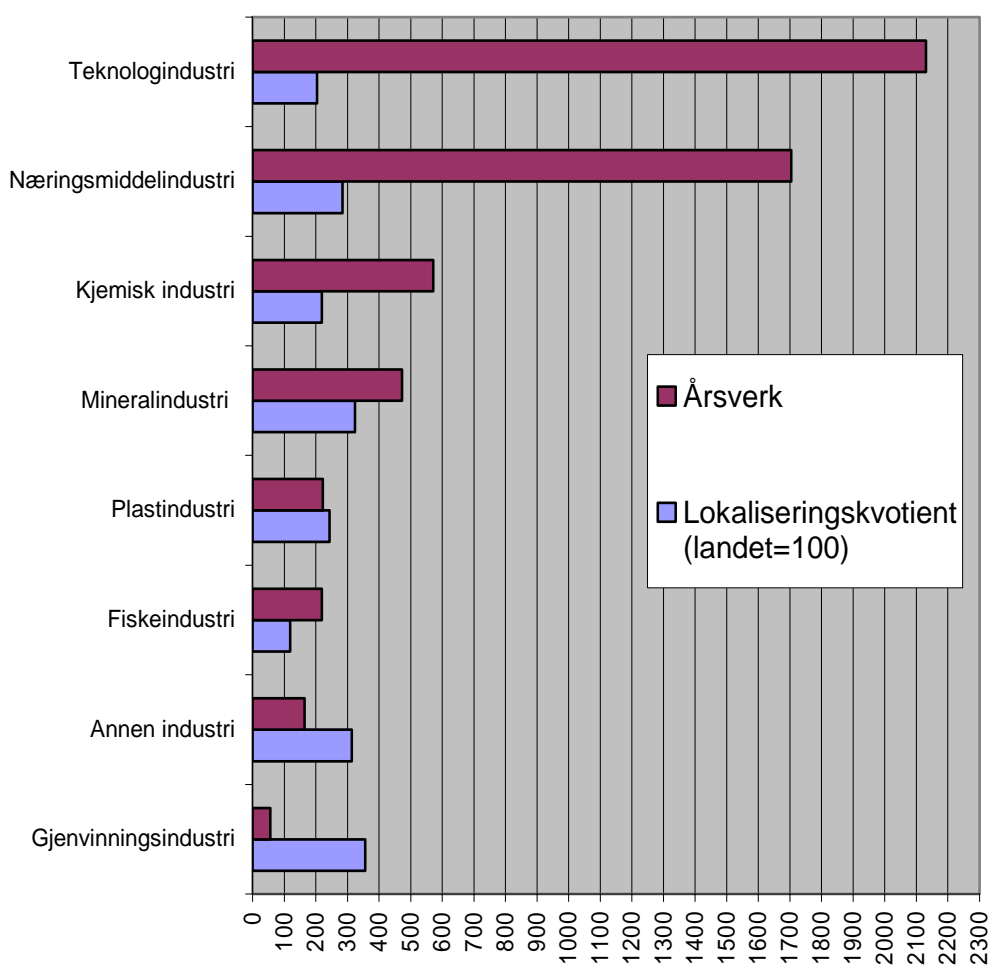
Figur 3.7 *Bransjers under – og overrepresentasjon i Fredrikstadregionen 1998 og 2005 (landsgjennomsnittet=100) (Datakilde: BoF 2005).*



Om vi splitter opp på industribransjer (figur under) ser vi at Fredrikstad er allsidig spesialisert særlig innenfor store bransjer som teknologiindustri, næringsmiddelindustri, kjemisk industri, men også innenfor enkelte småbransjer som mineralsk, plast og gjenvinning.

⁵ Begrepene *lav-, medium- og høy-teknologisk industri* er basert på OECDs klassifisering av ansjer etter gjennomsnittelige FoU-intensiteter for bransjene i OECD-området. FoU-intensitet er FoU-utgiftenes prosentvise andel av produksjonsverdien i bransjen. FoU-intensiteten fordeler seg slik Lav-teknologi < 1 %, medium-teknologi 1-5 prosent, og høyteknologi 5-15 prosent.

Figur 3.8 *Regional spesialisering innen industrien. Bransjekonsentrasjoner i Fredrikstadregionen. (Datakilde: Arb.stat 2001)*



Som vi kommer tilbake til er Fredrikstadregionen også spesialisert innenfor enkelte kultur- og kreative næringer (media, kunst, teknisk konsulent, design)⁶, som den foran brukte næringsinndelingen ikke får avdekket. Som helhet er derfor Fredrikstad allsidig spesialisert innenfor følgende interessante sammensetning av komplementære næringer:

- Teknologindustri
- Næringsmiddelindustri
- Teknisk konsulent/design
- Media
- Kunst

⁶ Se kapittel senere.

3.2 FoU, innovasjon og nyetableringer

Forsknings- og utviklingsvirksomhet (FoU)⁷

Nyskaping, omstilling og læring er grunnleggende for å utvikle og opprettholde konkurranseevne, og skape økonomisk vekst og utvikling. Læring og nyskaping skjer gjennom toveiskommunikasjon med kunder, leverandører, konkurrenter og offentlige institusjoner, og geografisk nærhet vil ofte lette kommunikasjonen og kunnskapsflyten mellom aktørene. Evnen og viljen bedriftene har til å utvikle ny teknologi og omsette denne i nye produkter er derfor til en viss grad betinget av lokale forhold. Nivået på lokal forskning og utvikling (FoU) vil her være en viktig indikator for ressursinnsats, evne til og potensiale for, lokal nyskaping og næringsutvikling.

FoU-nivået i Norge har steget jevnt og trutt de siste årene. Dette gjelder både de fleste næringer og for de fleste regioner (Gundersen 2002). Absolutte mål for forskningsaktiviteten kan være av interesse når det samlede næringslivet beskrives med tanke på ”kritisk masse” og lignende, dvs. i lys av teori som diskuterer innovasjonssystemer, klynger osv. Næringslivet i Fredrikstad brukte i underkant av 120 millioner kroner på egen FoU-virksomhet i 2001. I tillegg kjøpte næringslivet FoU-tjenester for 57 millioner. Imidlertid vil FoU-nivået langt på vei reflektere omfanget av hele næringslivet, slik at regioner med mange bedrifter også vil ha mer FoU i forhold til små regioner. Ser vi heller på relative størrelser kan vi bedre sammenligne regioner, næringer og over tid.

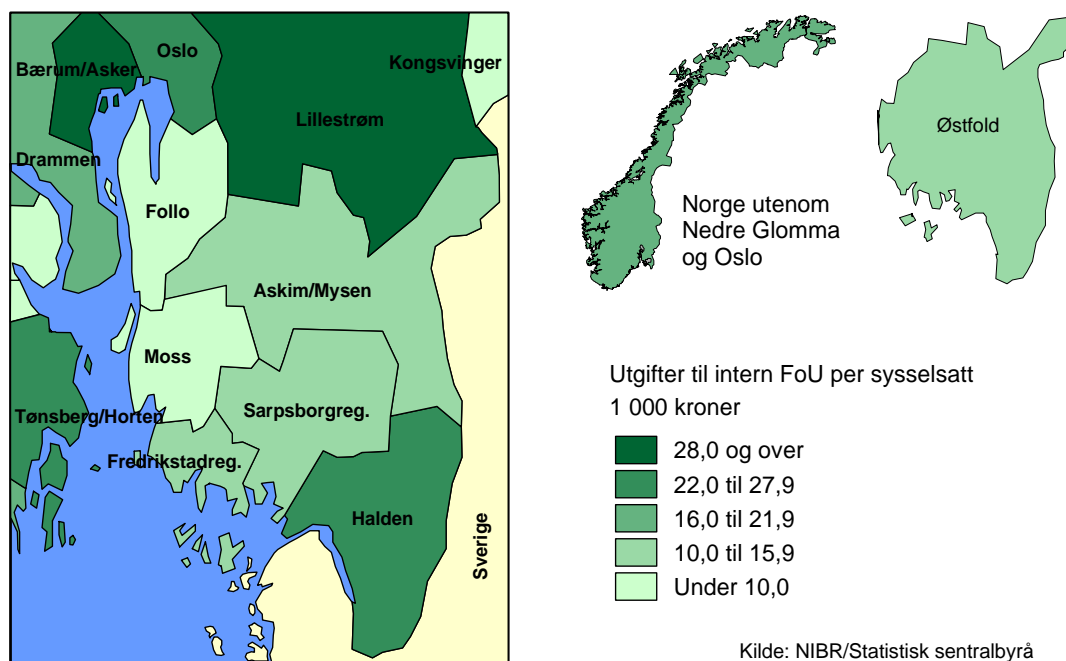
Et av de vanligste relative målene for FoU-intensitet er kostnader til FoU per sysselsatt⁸. Når regioner skal sammenlignes er det vanlig og først og fremst se på kostander til *egenutført* FoU som tas med, slik at vi vet at FoU-virksomheten faktisk blir gjennomført lokalt. I tillegg til å utføre FoU selv kan bedriftene også kjøpe FoU-tjenester fra andre aktører, f.eks fra andre foretak, forskningsinstitusjoner osv. Innkjøpt FoU er en mindre utgiftspost enn egenutført FoU og er på landsbasis cirka en tredjedel av egenutført FoU.

Fredrikstad fremstår ikke som spesielt FoU-intensiv (figur 3.9), men ligger litt under landsgjennomsnittet. Bortsett fra for Halden gjelder dette også alle naboregionene. Bruker vi de samlede FoU-utgiftene, dvs både egenutført og innkjøpt FoU, ser vi at Fredrikstad klatrer opp en kategori i forhold til Moss og Sarpsborg (figur 3.10), uten at regionen av den grunn kommer opp på gjennomsnittsnivået i Norge.

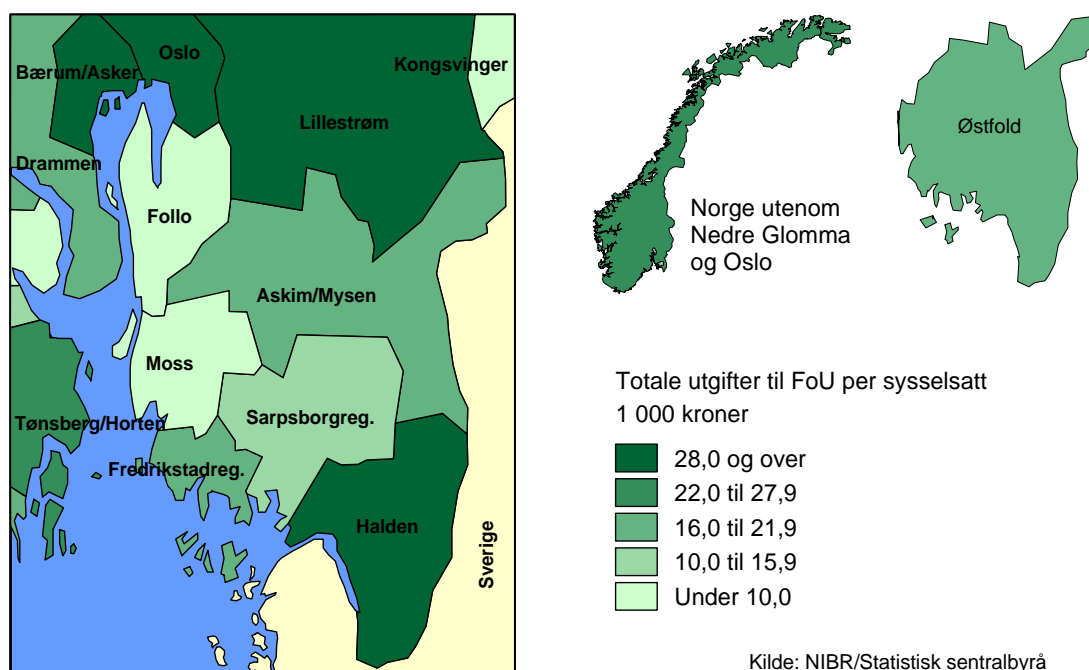
⁷ Den absolutt mest omfattende datakilden med hensyn til forskningsvirksomhet innen norsk næringsliv er Statistisk sentralbyrås FoU-undersøkelse. Den gjennomføres hvert annet år og er en utvalgsundersøkelse som har begrensninger, både mht størrelse på enhetene (bare de med minst ti sysselsatte blir spurt) og næringer (ingen enheter i næringer som man erfaringsmessig vet det er lite FoU, slik som jordbruk, skogbruk, detaljhandel og personlig tjenesteyting). Denne statistikken er i utgangspunktet ikke egnet for regionale analyser. Imidlertid der det gjort en tilpasning av datagrunnlaget for dette formålet (Gundersen og Solheim 2002), men da med økonomisk region som laveste geografiske nivå. NIBR har for denne undersøkelsen gjennomgått datagrunnlaget og splittet opp den økonomiske regionen *0193 Fredrikstad/Sarpsborg* i to deler, slik at vi her også publiserer tall for Fredrikstadregionen alene (Fredrikstad og Hvaler kommune).

⁸ Sysselsatte er her de sysselsatte som dekkes av FoU-undersøkelsen, og ikke hele næringslivet. Det betyr at næringer som en kan regne har lite eller ikke noe FoU (slik som detaljhandel, personlig tjenesteyting, jordbruk, skogbruk og fiske) er holdt utenfor. Se ellers oppgitte referanser for nærmere beskrivelse av utvalg.

Figur 3.9 Kostnader til egenutført FoU per sysselsatt etter region. 2001



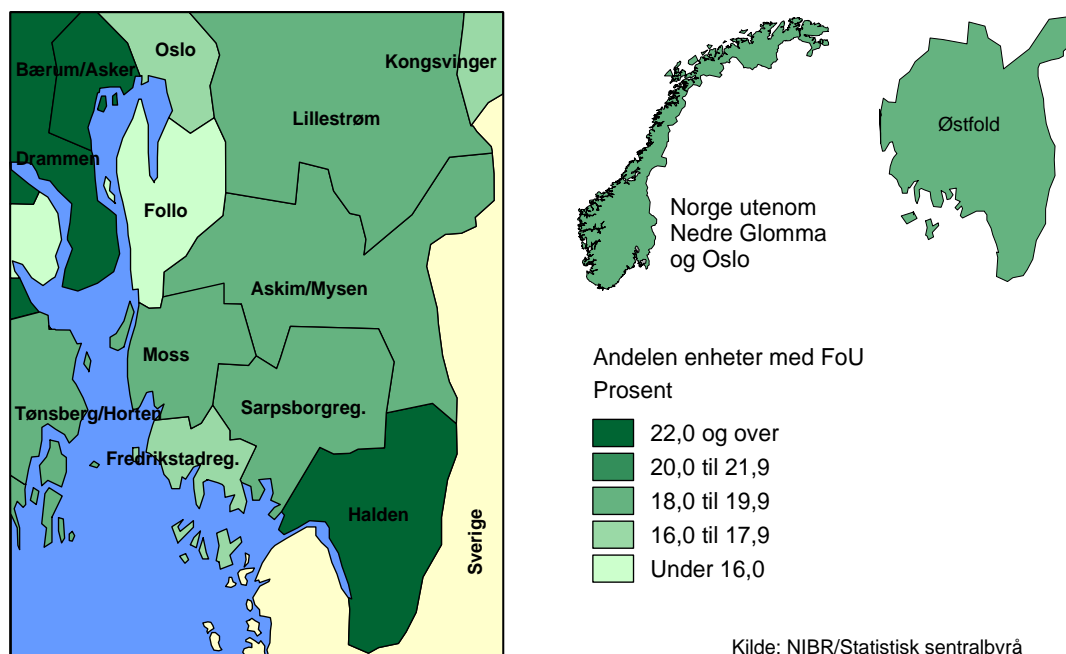
Figur 3.10 Totalt FoU-utgifter (egenutført+innkjøpt FoU) per sysselsatt etter region. 2001



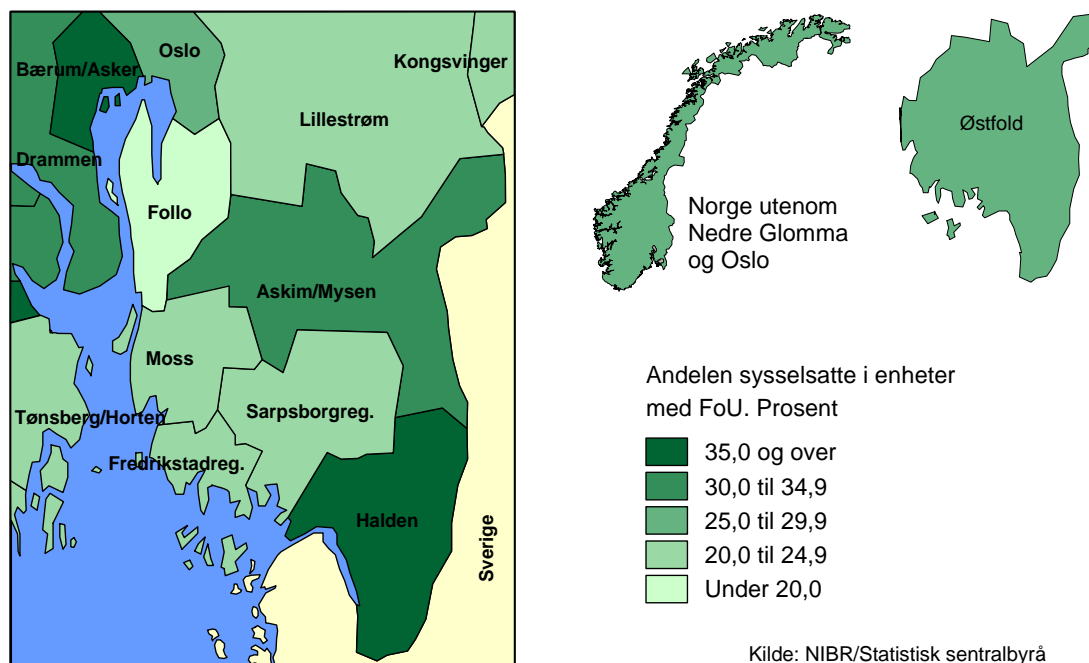
Det er en større terskel å sette i gang med FoU i næringslivet hvis en ikke har gjort det før, enn å utvide allerede eksisterende forskningsvirksomhet. Slikt sett er ikke FoU-kroner per sysselsatt en fullt dekkende indikator. Om vi derimot ser på andelen av bedrifter som driver med FoU får vi et mål på hvor vanlig FoU er som virksomhet, noe som også sier noe om hvor stor andel av næringslivet som har potensiale for å øke sin

FoU-aktivitet (figur 3.11). Om vi også ser på andelen av alle sysselsatte som jobber i bedrifter med FoU-aktivitet (figur 3.12) får man et bilde på hvor vanlig det er for ansatte å være i inngrep med FoU-aktivitet. Men uansett hvilke av indikatorene som velges her ligger Fredrikstadregionen litt under eller på landsgjennomsnittet.

Figur 3.11 *Andelen av bedriftene som har FoU-aktivitet etter region. 2001*



Figur 3.12 *Andelen sysselsatte i bedriftene med FoU-aktivitet etter region. 2001*

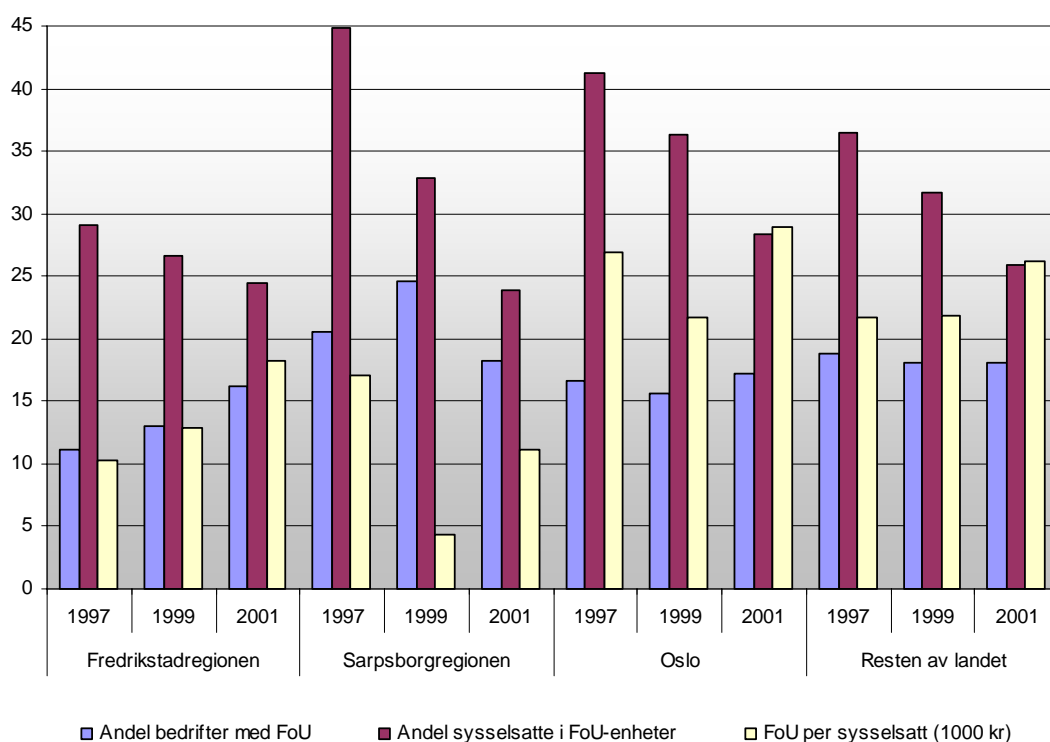


Nå er det ikke sånn at FoU-aktivitetene er spredd jevnt utover alle næringene. Noen næringer satser vanligvis mye på FoU for å få frem nye produkter og prosesser. Dette er gjerne næringer der produktenes levetid er kort, og bedriftene er avhengig av å få frem nye produkter for i det hele tatt å overleve. I andre næringer, med standardiserte produkter og arbeidsprosesser er det helt andre faktorer som er viktigst for overlevelseshraten, slik som markedsforhold og tilgang på råstoffer. Dette er f.eks. råvarebaserte næringer og personlig tjenesteyting, og FoU vil her være mindre aktuelt som middel for å heve konkurranseevnen.

Selv om det generelle FoU-nivået i Fredrikstad ikke ligger så høyt i forhold til resten av landet, har det skjedd en positiv utvikling de siste årene. Ser vi på perioden 1997-2001 (figur 3.13), ser vi at Fredrikstad lå langt under gjennomsnittet i 1997, både mht FoU per sysselsatt, andelen bedrifter med FoU og andelen sysselsatte i FoU-enheter. Utviklingen er f.eks. helt forskjellig fra Sarpsborg, som relativt sett var en forskningsintensiv region i 1997, men som er blitt mer gjennomsnittlig i 2001.

Et interessant trekk er at andelen sysselsatte i FoU-enheter har gått ned for alle regionene (Fredrikstad har opplevd minst nedgang), mens de andre indikatorene har gått opp. Dette er resultatet av en generell trend, der stadig mindre bedrifter tar i bruk FoU som virkemiddel, samtidig som de aller største foretak og konsern har kuttet i FoU-budsjettene og FoU-avdelingene (her kan det refereres til SSB hvis nødvendig)⁹.

Figur 3.13 FoU-indikatorer for utvalgte regioner 1997-2001.



⁹ I tillegg er det to forhold som forsterker trenden, uten å hå så mye med FoU-virkosheten å gjøre. For det første har det skjedd en del administrative oppsplittinger av bedrifter ("outsourcing") som medfører en generell reduksjon i bedriftsstørrelsen. For det andre er enheten for statistikken endret fra *bransjeenhet* (i 1997 og 1999) til bedrift (2001), som også får gjennomsnittsenheten til å bli noe mindre, uten at noen av de to forholdene er avgjørende for hovedtrekkene ved utviklingen.

Innovasjonsvirksomhet

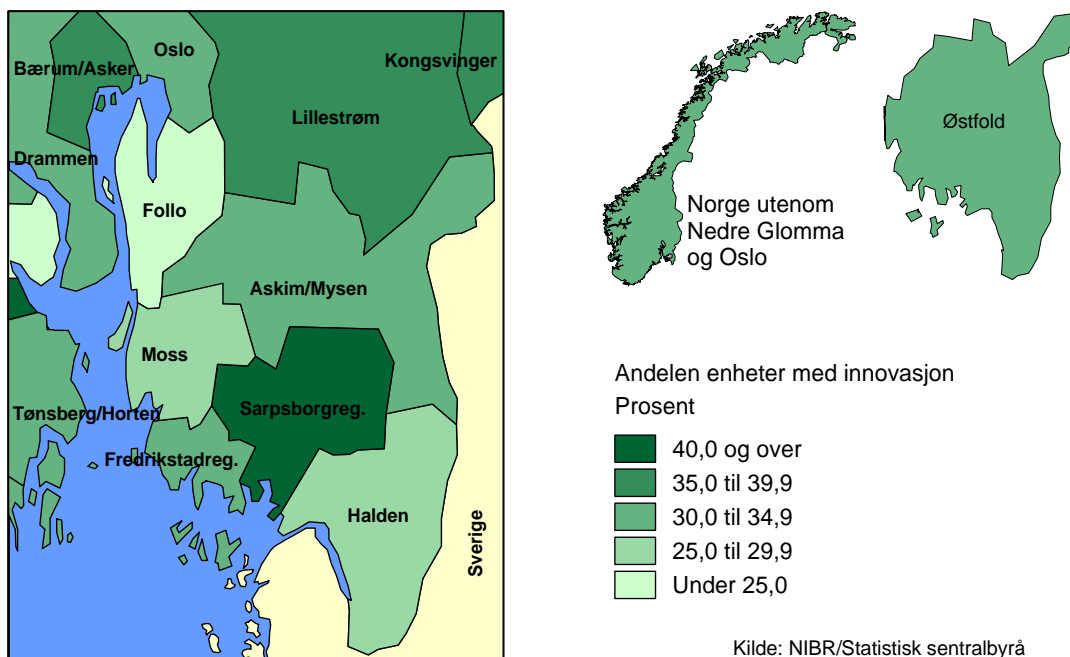
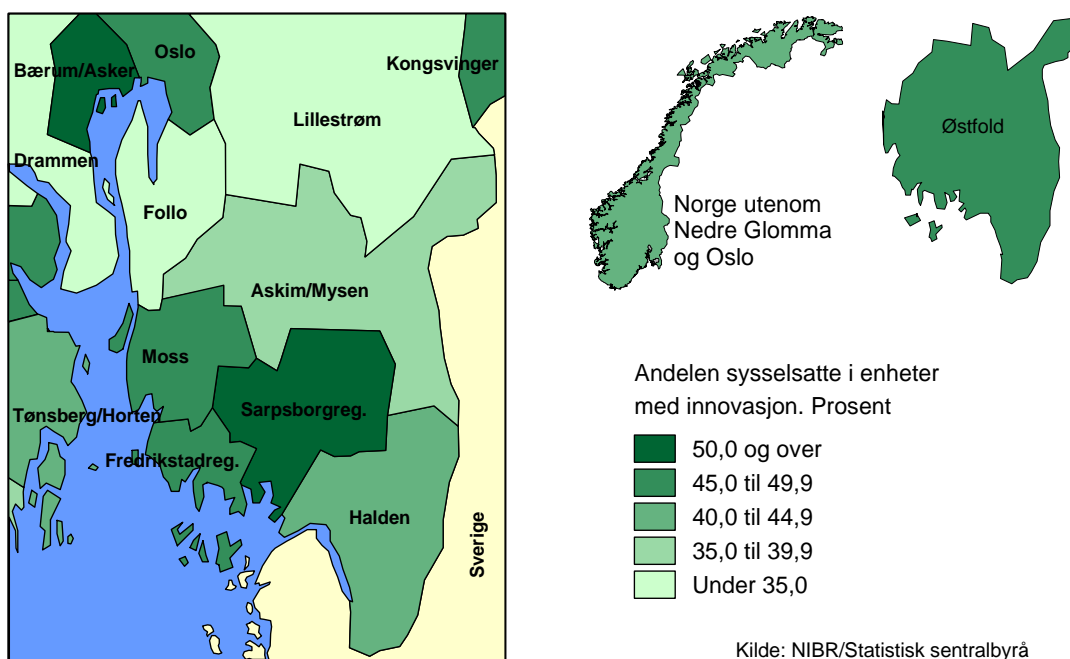
Utgifter til forskning kan ses på som en del av innsatsen for å skape nytt grunnlag for næringsvirksomhet, mens innovasjoner mer er resultatet av en slik nyskappingsprosess. Innovasjon er et begrep som er blitt brukt både om *prosessen* som frembringer nyskaping (der FoU kan være en del av innsatsen) og om *resultatet* av denne prosessen, enten som nytt produkt eller som ny arbeids-, eller bearbeidingsprosess.

I denne sammenhengen skal vi ikke gå nærmere inn på de ulike sidene ved innovasjonsbegrepet, men bare huske på hovedtanken bak begrepet, nemlig at omfanget av innovasjon skal indikere næringslivets evne og vilje til nyskaping og omstilling. Det er gjennom innovasjon at enhetene oppnår konkurransefortrinn, og omfanget av innovasjon på regionalt nivå vil være viktig for utviklingen av det lokale næringslivets overlevelsessevne og eventuell videre vekst.

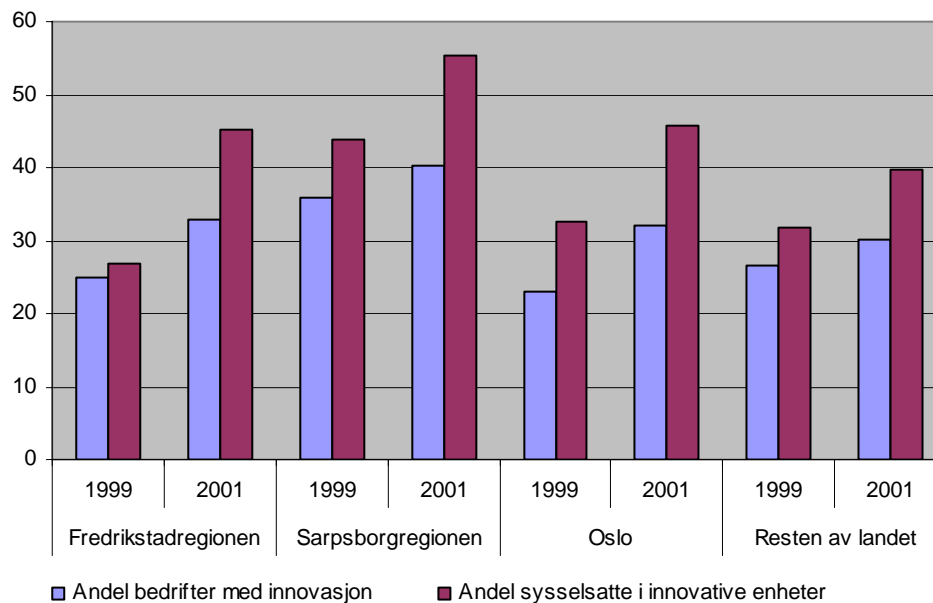
Det er også Statistisk sentralbyrå som samler inn data om innovasjonsvirksomheten i næringslivet. Undersøkelsen er i utgangspunktet bare hvert fjerde år, men siden den er samkjørt med FoU-undersøkelsen, har vi også noen få innovasjonsopplysninger hvert annet år. Selve innovasjonsundersøkelsen er i enda mindre grad enn FoU-undersøkelsen egnet for regionale studier, slik at det faktisk er innovasjonsspørsmålene fra FoU-undersøkelsen som kan benyttes for dette prosjektet.

Benytter vi de samme indikatorene som for FoU, dvs andelen bedrifter med innovasjonsaktivitet, og andelen sysselsatte i enheter med innovasjonsaktivitet, får vi et bilde som vist i figur 3.14 og 3.15. Igjen ligger Fredrikstad ”midt på treet”, mens f.eks Sarpsborg ligger godt over landsgjennomsnittet. Hovedårsaken til dette er at Sarpsborg har færre, men større, bedrifter enn Fredrikstad (gjennomsnittsbedriften i FoU-undersøkelsen i Fredrikstad hadde 38 sysselsatt, mens den hadde 47 i Sarpsborg). Når det er en klar sammenheng mellom bedriftsstørrelse og sjansen for å ha innovativ aktivitet, vil regioner med store bedrifter score høyt på disse innovasjonsindikatorene¹⁰.

¹⁰ Pga manglende data på regionalt nivå (slik som andelen av omsetningen som kommer fra nye produkter, eller innovasjonskostnader) som kan fordeles på sysselsatte eller omsetning, kan vi ikke kompensere for bedriftsstørrelsen, slik vi gjorde med FoU-kostnadene.

Figur 3.14 *Andelen enheter med innovasjon etter region. 2001.*Figur 3.15 *Andelen sysselsatte i bedrifter med innovasjon. 2001.*

Vi mangler gode data for å sammenligne bakover i tid når det gjelder innovasjon. Den eneste sammenlignbare undersøkelsen ble gjort i 1999, og noen indikatorer er tatt med i figur 3.16. Som vi ser har innovasjonsnivået jevnt over økt i toårsperioden, mens forholdet mellom regionene er rimelig uendret.

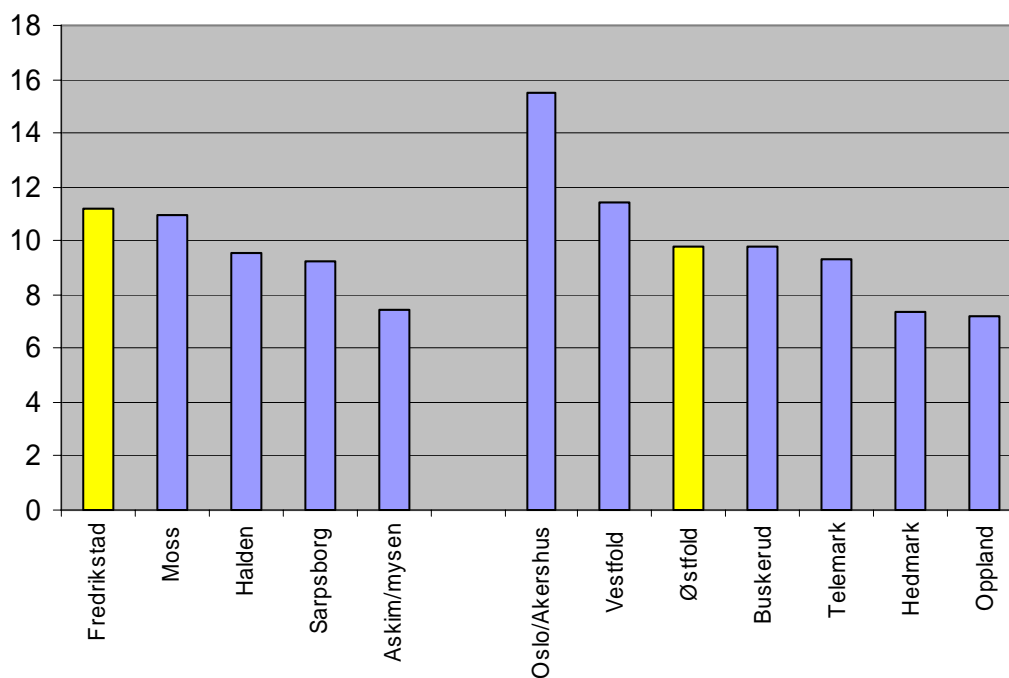
Figur 3.16 *Innovasjonsindikatorer for utvalgte regioner. 1999 og 2001.*

Generelt om bedriftsetableringer og -frekvenser

En viktig indikator for nyskapingsevne er knyttet til etableringen av nye bedrifter, og hvor stor andel disse utgjør av bedriftspopulasjonen. Etableringsfrekvenser påvirkes både av egenskaper ved eksisterende bedrifts- og bransjestrukturer, foruten av entreprenørielt miljø og virkemidler for nyetableringer.

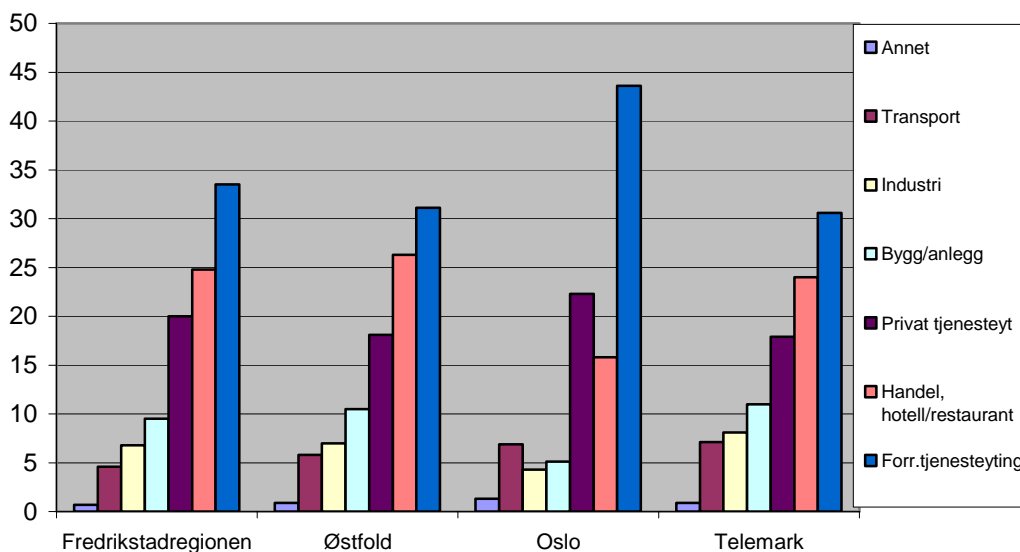
Ser vi på *etableringsfrekvensen* i Fredrikstadregionen er den noe høyere enn i andre østfoldregioner (fig.3.17), men ligger på landsgjennomsnittet men godt under Osloregionen.

Figur 3.17 *Etableringsfrekvens (antall nyetableringer per 100 bedrift, gj.snitt per år for perioden 1998-2000) (Kilde:)*



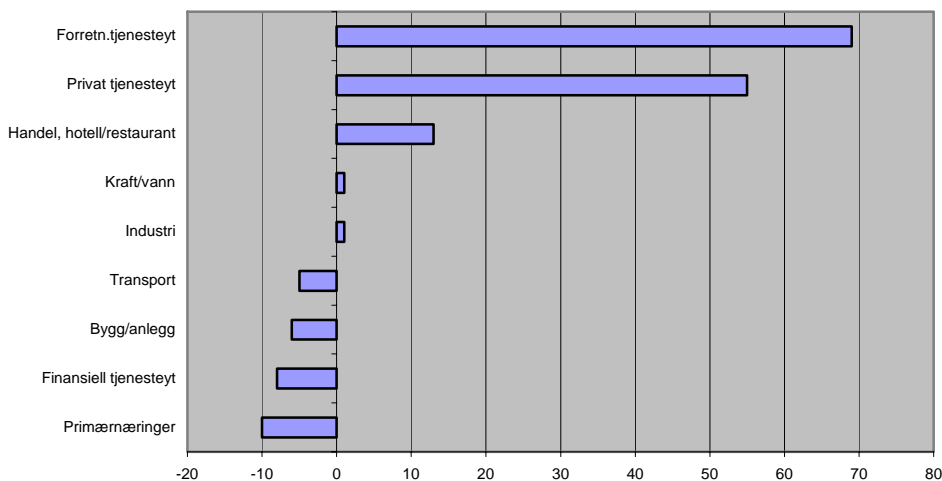
Det er innenfor forretningsmessig tjenesteyting det er *flest nyetableringer* i Fredrikstad-regionen (se figur under), foruten innen handel, hotell/restaurant og annen privat tjenesteyting. Dette er i samsvar med et mønsteret man finner i fylker som "industriefylker" som Østfold og Telemark. I forhold til Osloregionen er nyetableringene i Fredrikstad mer fordelt på ulike bransjer og relativt sett noe større innenfor handel/hotell/restaurant, bygg/anlegg og industri, mens i Osloregionen er mer dominert av nyetableringer innenfor forretningsmessig tjenesteyting. Dette kan i stor grad tilskrives næringsstrukturelle forskjeller.

Figur 3.18 Nyetableringene fordelt på næringer i Fredrikstadregionen m.m.(kilde:)



*Netto*tilgangen (nyetableringer minus nedlegginger) viser også at det er innenfor forretningsmessig tjenesteyting, annen privat tjenesteyting, handel/hotell/restaurant, at det er en betydelig vekst av nye bedrifter i Fredrikstad (se figur under).

Figur 3.19 Netto



Oppsummering

I dette delkapittelet har vi sett på indikatorer for innovasjon og entreprenørskap i næringslivet generelt, og for Fredrikstadregionen er hovedkonklusjonene følgende:

- FoU-intensiteten i næringslivet er noe lavere enn landsgjennomsnittet (men godt under Osloregionen)

- Innovasjonsintensiteten i næringslivet er omtrent som for landsgjennomsnittet (og Osloregionen), og det har vært en sterkere økende tendens i Fredrikstad enn i landet de siste årene.
- Etableringsfrekvensen for nye bedrifter er noe høyere i Fredrikstadregionen enn i andre østfoldregioner, men ligger ellers på landsgjennomsnittet (men godt under Osloregionen).

Med andre ord ligger Fredrikstadregionen midt på treet i forhold til FoU, innovasjon og etableringsfrekvens i forhold til landet for øvrig, men klart under Osloregionen.

3.3 Innovasjonssystem og nettverksprosjekter¹¹

Innovasjon i regionale næringsmiljøer

Vekstpotensialet i de industrialiserte økonomiene blir i økende grad bestemt av evnen til innovasjon. Innovasjon er en dynamisk og interaktiv prosess som foregår så vel innenfor bedriften som mellom bedriften og dens omgivelser. Forskning og utvikling er en viktig drivkraft for innovasjoner, men i økende grad må innovasjonsprosesser forstås som resultater av samarbeid mellom bedriften og andre bedrifter, kunder, leverandører, kompetansemiljøer og andre. Dette er interaktive prosesser, der læring ikke er et resultat av en ren overføring av teknologi og kompetanse fra en part til en annen, men der alle partene høster ny innsikt gjennom prosessen.

I en globalisert økonomi vil utvikling av konkurransefortrinn i betydelig grad bli bestemt av regioners spesifikke ressurser og betingelser for å understøtte innovasjonsprosesser. Slike regionale fortrinn er basert på konsentrasjoner av spesialisert kompetanse, konkurrenter, krevende kunder, relaterte bransjer, spesialiserte tjenesteprodusenter m.m. Dette er fortrinn som i stor grad er avhengig av at det innenfor et geografisk område er en relativ konsentrasjon av næringsaktører, som muliggjør dialog og samarbeid. For at slike konsentrasjoner skal utløse samarbeid må det imidlertid også være til stede en regional kultur og infrastruktur som stimulerer til samarbeid.

Med utgangspunkt i en regional konsentrasjon av næringsaktører og relaterte FoU- og kompetanseaktører, kan det være grunnlag for å utvikle et mer *systematisk samarbeid* mellom bedrifter, og mellom bedrifter, FoU-aktører og offentlige myndigheter. Et slikt planlagt og systematisk samarbeid om utviklingsprosesser kan karakteriseres som et *regionalt innovasjonssystem*¹². I dette ligger et ytterligere fokus fra bedriftenes side på systematisk innovasjonsvirksomhet, basert på et godt utviklet samarbeid med eksterne, komplementære ressurser. Et innovasjonssystem forutsetter også at det er etablert regionale kunnskapsutviklings- og formidlingsinsitusjoner, som er innrettet mot å bistå det regionale næringslivet. Systemet vil videre forutsette et aktivt offentlig engasjement, i form av aktiv tilrettelegging av fysisk infrastruktur, i form av sektorpolitiske tiltak, bl.a innenfor utdanning, og et godt fungerende virkemiddelapparat.

Et viktig poeng er at de hevder at et innovasjonssystem ikke nødvendigvis er operativt selv om det har de formelle institusjonene som kreves. Det avgjørende for om systemet skal fungere, er at det ”foregår en utveksling av informasjon, idéer og kompetanse mellom institusjonene, noe som de *uformelle* institusjonene bidrar til å stimulere”.

¹¹Innenfor prosjektets rammer måtte vi her avgrense oss til beskrivelser og informantintervjuer med nøkkelpersoner i bedrifter og nettverk knyttet til IKT, Film og media, Kultur og turisme..

¹²Dvs. et systematisk samarbeid mellom bedrifter, kunnskaps- og utviklingsorganisasjoner, myndigheter og virkemiddelaktører som har betydning for læring og innovasjon.

Nærmere om aktørene i innovasjonssystemet

Bedrifter. Det er gjennom bedriftene at den innovasjonsbaserte verdiskapingen vil kunne realiseres og bedriftene er følgelig den viktigste aktøren. Med bedrifter mener vi alle kommersielle produsenter av varer og tjenester innenfor verdikjeden og relaterte næringer. Det er ingen størrelsesmessige eller andre begrensninger. Bedriftenes motivasjon og medvirkning skal være drivkraften i utviklingsprosessene.

Kunnskapsaktører. Dette omfatter FoU- og utdanningsinstitusjoner som i hovedsak eller for en stor del er basert på offentlig finansiering. (Kommersielle kunnskapsaktører inngår i bedriftsgruppen). Også institusjoner innrettet mot kunnskapsformidling inngår i denne gruppen. Institusjoner lokalisert innenfor den aktuelle regionen er den viktigste grupperingen, men også kunnskaps-institusjoner utenfor regionen være naturlige samarbeidspartnere.

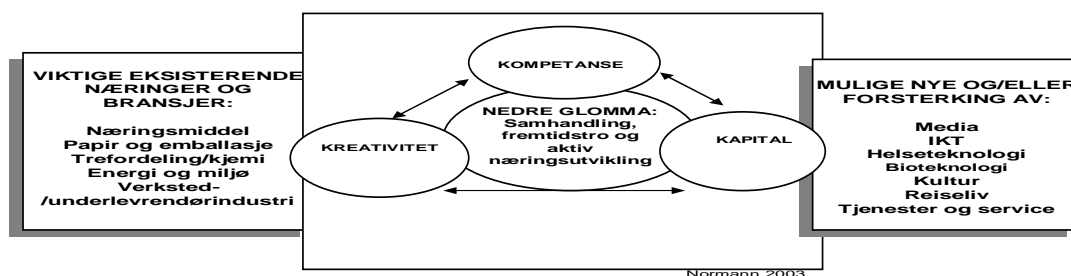
Offentlige aktører og finansieringsinstitusjoner. Dette omfatter alle offentlige myndigheter som har betydning for rammevilkår og infrastruktur for næringslivet og for konkrete finansierings- og støtteordninger. Sentrale aktører vil være:

- Fylkeskommunene som ansvarlig for helhetlige regionale utviklingsprogrammer
- Kommunale eller interkommunale utviklingsselskaper
- Statlige eller fylkeskommunale sektormyndigheter
- Regionale virkemiddelaktører
- Regionale investorer/såkorfond og lignende

Nettverkssamarbeid i Fredrikstad og Nedre Glomma

Fredrikstad har hatt flere bransjenettverk som har hatt utspring i kommunens strategi for næringsutvikling, der etablering og drift av nettverk er et sentralt virkemiddel. I arbeidet med en felles strategisk næringsplan for Nedre Glomma, er det utviklet en modell/rammeverk som nevner viktige eksisterende og potensielle nye næringer/bransjer og hva som er ambisjonen sett i et nærings-utviklingsperspektiv. I sammenheng med dette har en ressursgruppe sammensatt av representanter fra næringsaktører, interesseorganisasjoner, virkemiddelapparatet, fylkes-kommune, kommunen samt FoU og UoH-miljø utviklet en modell med noen sentrale innholdselementer for å øke innovasjonsevne og verdiskapingen og gjennom dette *operasjonalisert* innovasjonssystem-begrepet til en lokal variant:

Figur 3.20 Modell med innholdselementer for å øke innovasjonsevne og verdiskaping (Normann 2003).



Modellen peker på de mest sentrale forutsetningene som må være på plass for å nå det overordnede målet om ”en region preget av samhandling, innovasjonsevne og aktiv næringsutvikling”:

Kreativitet:	idériskdom og teknologi-utvikling
Kompetanse:	kompetanse i og om hele verdikjeden og produsenters/bedrifters livssyklusfaser og omgivelsesbilde Støttende FoU- og UoH-institusjoner
Kapital:	evne til finansiering i hele verdikjeden (fra sparepenger til børs)
Kommunikasjon:	evne til informasjonsflyt, etablering av møteplasser, samhandlings-arenaer, hensiktsmessig aktørsammensetning og bygging av infrastruktur og relasjonsbygging

Et sentral komponent som ikke direkte fremgår av modellen, er betydningen av en drivende *kraft* som kan sikre eierskap, mål, innhold, fremdrift og anvendelse og kommersialisering av input-faktorer . Dette vil naturlig nok variere mellom de ulike tematiske problemstillingene og tiltakene, men vurderes som kritisk viktig for å sikre kontinuitet, resultater og praktisk utnyttelse av mulighetene. Det kan her være naturlig å trekke paralleller til entreprenørielle mekanismer, der vilje og evne til å skape noe nytt (endre det bestående) ved å se nye muligheter – og ved å sette nye løsninger ut i livet (gjennomføre) står sentralt (Spilling 2002). Dette samsvarer også godt med definisjonen av elementer i et innovasjonssystem som beskrevet foran. I hvilken grad disse fem K´ene er tilstede i et system, vil således kunne gi en indikasjon på potensialet og/eller nødvendige stimuleringstiltak i systemet.

Annet erfaringsgrunnlag

I perioden fra 1999 til 2003 ble det gjennomført et større prosjekt i regi av Norges Forskningsråd i samarbeid med Østfold Byoffensiv, kalt REGINN. Det var det første programmet i Norge som fokuserte på regional innovasjon basert på nyere innovasjonsteori, og som nå er videreført i ARENA-programmet. Østfolds prosjekt var vellykket i den forstand at man fikk flere konkurrerende bedrifter til å samarbeide om etablering av et felles selskap. Prosessen var lagt opp etter prinsipper for *nettverksbasert innovasjon*, og man høstet flere viktige erfaringer som bl.a. er dokumentert i

sluttrapporten for prosjektet. De mest sentrale erfaringer fra dette prosjektet m.h.t. suksesskriterier, har vært :

- å bygge og ivareta en felles visjon
- En tydelig fag- og kompetanseprofil gir grunnlag for tydelige samarbeidsrelasjoner
- å etablere en drivende kraft
- å opprettholde den drivende kraften over tid
- kontinuerlig tilførsel av rett kompetanse
- sikre tålmodig finansiering
- gi stor handlefrihet
- den drivende kraften må/bør ha kjennskap til bransjen
- den drivende kraften må ha/kunne bygge tillit i bransjen

Disse erfaringene er trukket inn i arbeidet med bl.a. strategisk næringsplan for Nedre Glomma og i beskrivelsen og vurderingen av de utvalgte næringsmiljøene og nettverkene, vil dette samlede erfaringsgrunnlaget bli lagt til grunn.

Status og erfaringer fra de ulike nettverkene

Sett i et Østfoldperspektiv, fremheves Fredrikstad som den regionen/byen som har flest bransjenettverk (Bolkesjø 2003). Kjente nettverk som har en klar hovedforankring i Fredrikstad, er

- Næringsmiddelnettverket
- Borg IKT-forum
- Borg Plastnet
- Øra-nettverket

I den senere tid er det også oppstått nettverk rundt Medieparken i Fredrikstad, der Parkvesenet er det formelle organet for et større næringsmiljø.

I visse sammenhenger nevnes også verktøymakernettet, de to siste årene representert ved Scandinavian Tooling Group A/S, som et Fredrikstad-forankret nettverk. Dette kan ikke sies å være riktig idet det er representert med aktører fra hele Østfold og har utspring fra REGINN-programmet (regional innovasjon) i regi av Norges Forskningsråd og Østfold Byoffensiv. At noen av disse bedriftene også er medlemmer i Borg Plastnet, gir ikke legitimitet for å si at dette har tilhørighet til Fredrikstad eller Nedre Glomma.

I.f.t. dette prosjektets mandat, er det i denne sammenhengen gjort en kort beskrivelse av erfaringer og status fra Næringsmiddelnettverket, Borg IKT-forum og Medieparken/ Parkvesenet og en vurdering av resultater sett i et innovasjonsperspektiv.

De øvrige nettverkene beskrives ikke i denne sammenhengen.

Næringsmiddelnettverket

I desember 2000 tok Fredrikstad Kommune v/Næringsseksjonen med bistand fra STØ initiativ til å etablere et nettverk for næringsmiddelbedrifter. Et utvalg av bedrifter, gründere, forskningsinstitutter og høyskolen ble invitert til et kontaktmøte. Man var i utgangspunktet enige om at drivkraften i nettverket måtte være bedriftene selv, men kommunen bisto med midler til en sekretariatsfunksjon lagt til STØ. (Denne rollen ble imidlertid kraftig endret etter kort tid)

Nettverket ble etablert som et uformelt nettverk (uten vedtekter og styre) i 2001 og utgjorde i hovedsak 6 bedrifter med en samlet omsetning på ca. 5 mrd. Kroner. Nettverket besto av fire store (mer enn 300 ansatte) og to SMB med ca. 20 ansatte i tillegg til kommunens og STØs deltagelse.

Det overordnede målet var å øke verdiskaping og vekst gjennom forbedring av innovasjons-prosesser med fokus på ledelse og organisering. Ved å bli bedre kjent med hverandre og derved skape tillitt og åpenhet kunne man legge grunnlaget for et videre samarbeid.

Et sentralt definert virkemiddel var å videreutvikle etablert kjernekompetanse i kombinasjon med ny kompetanse i nettverk med andre bedrifter og FoU- og UoH-miljø, primært lokalt. Målet var på denne måten å styrke den lokale forankringen også gjennom økt forståelse for næringens betydning for den regionale verdiskapingen. Samarbeidet skulle styrkes ved å legge forholdene til rette for at bedriftene skulle bli bedre kjent med hverandre med sikte på å utvikle og utnytte felles ressurser.

Kartlegging av potensielle samarbeidsområder ble gjennomført i 2001 og flere aktuelle tiltak ble definert. De fleste bedriftene var i første omgang mest opptatt av å få belyst viktigheten av forutsigbare rammebetingelser og betydningen av kommunen som utviklingspartner og service-organ. Det ble satt av midler til en systematisk gjennomgang av dette basert på intervjuer med den enkelte bedrift. Resultatene ble samlet i egen rapport og presentert i fellesmøte med ordfører og rådmann til stede i juni 2002 og konklusjonene ble tatt til etterretning. Dette bidro også til at kommunikasjonene mellom kommunens tekniske etat og plan- og miljøavdeling ble forbedret, og representerte en milepæl i.f.t. en samlet fremstilling av næringsmiddelindustriens primære anliggende som forutsetninger for gode drifts-betingelser lokalt.

Frem til høsten 2002 finansierte kommunen sekretariatsfunksjonen, men grunnet kommunens økonomi kunne ikke dette fortsette. Bedriftene ble oppfordret til å bidra med et mindre beløp til opprettholdelse av funksjonen, men ville heller drive i egen regi der en av bedriftene påtok seg ansvaret. Det var etter dette ikke vært noe formalisert møte mellom bedriftene i nettverket før kommunen igjen tar initiativ våren 2003. Bakgrunnen for dette var det løpende arbeidet med strategisk næringsplan for Nedre Glomma, der man ønsket å se nærmere på de lokale mulighetene for å satse på bioteknologi som et mulig vekstområde. Det ble etablert en arbeidsgruppe innen "bioteknologi" som tok tak i noen av de innspillene som kom frem i tidligere kartlegginger, bl.a. muligheten for å utnytte restprodukter fra en bedrift som råvare i en annen for å utvikle ulike varianter av dyrefor. Idéen til dette kom fra en av bedriftene, og en idéstudie ble gjennomført høsten 2003 av STØ finansiert av kommunene Fredrikstad, Sarpsborg og Hvaler samt bedriftene i fellesskap. Resultatene fra dette ble vurdert som interessante og Innovasjon Norge (IN) ble trukket med i diskusjonene om videreføring og egen søknad ble utarbeidet våren 2004 finansiert av bedriftene og kommunene. Forsøket på å etablere et *felles selskap* for videre kommersiell utnyttelse av resultatene var ikke interessant eller aktuelt for bedriftene. Bedriftene er imidlertid innstilt på å bidra med ressurser i form av ekspertise, råvarer, lab-tjenester m.m. til en eventuell videreføring. Men så lenge ingen av bedriftene eller andre "gründere" tok direkte eierskap til forretningsidéen, har det foreløpig ikke skjedd noen etablering basert på felles videreføring. Imidlertid er to av bedriftene i gang med å utnytte sine restprodukter til tilsvarende anvendelsesområder på egen hånd, men ikke basert på samarbeid med andre bedrifter innen "nettverket".

Innovasjonssystemet i næringsmiddelnettverket

Både som drivende *kraft* av nettverket og *finansiering* (kapital) av sentrale funksjoner i de innledende fasen var kommunen sentral. Med bistand fra det regionale FoU-instituttet synes dette å ha vært avgjørende for både etablering og opprettholdelse av kontaktskapende virksomhet gjennom en felles arena (kommunikasjon).

Møtefrekvensen var relativt hyppig i perioden 2000 – 2002 men ”dabbet av” da den kommunalt finansierte sekretærfunksjonen opphørte inntil vitalisering igjen i 2003. Man greide ikke å prioritere fellesprosjekter som engasjerte mange nok eller hadde et tydelig nok forretningsmessig potensiale eller effektiviseringsgevinst (kreativitet). Andre årsaker var bedriftenes interne prioriteringer basert på etablering av aktivitet i Sverige og Danmark og salg eller nedlegging av avdelinger i Norge.

Oppsummert kan en si at i perioden nettverket hadde flere mulige samarbeidstemaer på agendaen fungerte den ”sosiale møteplassen”, men man greide ikke å definere prosjekter som dekket deltagelse fra tilstrekkelig mange bedrifter til et felles eierskap. Ingen av bedriftene hadde ressurser å avsette til å konkretisere tiltak på vegne av fellesskapet og heller ikke en felles finansiering av en sekretærfunksjon eller prosessdriver med klart nok mandat til å kunne bistå med dette.

På den annen side er flere av bedriftene store nok til selv å ha ressurser og kompetanse til å gjennomføre kommersialiseringer av produkt-/forretningsidéer innenfor sitt eksisterende eller relaterte forretningsområder. Det er sannsynligvis også et spørsmål om kjernekompetanse og strategisk fokus som avgjør i hvilken grad det er naturlig å etablere nye konstellasjoner i verdikjeden i samarbeid med andre bedrifter som kan danne grunnlaget for enten nye virksomheter gjennom knoppskyting (intraprenørskap) – med eller uten felles eierskap -, eller at utnyttelse av felles innsats på kommersialisering ikke hadde en naturlig samarbeidsplattform.

Et annet forhold som kan tillegges betydning, er at noen av bedriftene har eierskap og de strategiske funksjoner som ledelse, markedsføring og FoU lokalt, mens andre har disse funksjonene plassert i morselskapet utenfor regionen. I de tilfellene der de strategiske beslutningene tas utenfor regionen, vil andre forhold som allerede etablerte samarbeidsrelasjoner og strategiske allianser, lokaliseringalternativer for potensiell ny virksomhet også kunne spille inn. Slike forhold er vurdert og tatt hensyn til i nettverket av hver enkelt bedrift. I en videreføring av nettverksutviklingen kunne det muligens vært formålstjenlig å strukturert potensielle samarbeidsområder etter type, for eksempel de som er av opplagt felles karakter (opplæring, HMS etc.) og det som krever mer spesifikt og avgrenset bedriftssamarbeid som ikke uten videre kan tilflyte ”offentligheten” strategisk sett (for eksempel strategisk viktige utviklingsprosjekter).

Dersom man legger *kreativitet*, *kompetanse*, *kapital*, *kommunikasjon* og *kraft* til grunn som vurderingsgrunnlag av innovasjonsevne i systemet, kan dette se slik ut:

Kreativitet:	flere potensielle samarbeidsidéer identifisert, men spredt på mange bedrifter
Kompetanse:	bred kompetanse både på produkt-/forretningsutvikling og kommersialisering i bedriftene. Gode samarbeidrelasjoner med andre kompetansemiljø som Matforsk, Labnet o.s.v.
Kapital:	Kommunen villig til å finansiere etter evne i oppstartfasen Bedriftene til en viss grad villige til å finansiere <i>felles</i> prosjektrelaterte aktiviteter Bedriftene i liten grad villige til å finansiere fellesfunksjoner som møteplass, sekretariats- og prosesslederfunksjon
Kommunikasjon:	”Næringsmiddelnettverket” etablert God uformell dialog mellom aktørene Kontinuerlig kommunikasjon til fellesskapet avhengig av offentlig ”bistand”
Kraft:	Driverne i prosessen har vært/er kommunen og det regionale FoU-institutt. Dette kan være naturlig i en oppstartfase, men eierskapet må tas av næringsaktørene

Borg IKT-forum

Dette formaliserte forumet ble etablert i 2000 og har egne vedtekter og et eget styre. Det har ca. 40 medlemmer som omfatter både næringsaktører og aktører fra UoH- og FoU-sektoren, både private og offentlige. Bedriftene varierer i størrelse fra enkeltmannsforetak til større virksomheter som Axxessit, Bravida og Capgemini, og i virksomhets- og forretningsområder fra handel med standard programvare til utvikling og salg av høyteknologibaserte produkter og tjenester. Miljøet må kunne betegnes som heterogent og fragmentert.

Etablering ble tatt etter initiativ fra Fredrikstad Kommune og sekretariatsfunksjon er plassert hos STØ (ingen direkte fasilitatorfunksjon for innovasjonsprosesser) og har inntil 2003 vært finansiert av Fredrikstad og senere Sarpsborg Kommune i felleskap. STØ har etter dette også bidratt med ikke betalt arbeidsinnsats til en noe redusert sekretariatsfunksjon.

Forumets formål: BORG IKT-forum skal være et åpent kompetansenettverk for IT-relatert virksomhet i Nedre Glommaregionen. Med IT-relatert virksomhet menes: Bedrifter eller institusjoner innenfor utdanning, eller FoU som har en vesentlig grad av sin inntjening som leverandør av IT-baserte tjenester til andre kunder. Nettverket skal bidra med å:

Profilere og markedsføre medlemmenes brede kompetanse og produkter ovenfor offentlige myndigheter, institusjoner og potensielle kunder i inn- og utland.

Hjelpe medlemmene i utviklingsprosjekter eller andre relevante tiltak der minimum 2 av nettets medlemmer skal delta.

Igangsette kompetansehevede tiltak som fagseminarer, foredrag,

presentasjoner, bedriftsbesøk, fellesreiser til fagmesser og møter med kompetansemiljøer i inn- og utland.

Etablere møteplasser der medlemmene uformelt kan bli bedre kjent og diskutere, produkter/produktverktøy, utviklingstrender eller prosjekter og felles utfordringer. Nettverket skal også søke å etablere en egen Web-side til nytte og bruk for medlemmene.

Styrke utdanning og rekruttering til medlemsbedriftene ved å være et bindeledd mellom myndigheter, utdanningsinstitusjoner og bedrifter, og å være en aktiv pådriver for å oppgradere og modernisere relevant utdanning.

(Borg IKT-forums webside)

Styret er aktivt og avholder jevnlig møter og det er gjennomført flere samlinger for medlemmene av faglig karakter og forumet har et eget nettsted.

Fra årsberetningen for 2002 (2003 gir ingen utdypende informasjon og 2004 er ikke ferdig) gir følgende beskrivelse av miljøet og rammebetingelsene for bransjen:

Informasjons- og kommunikasjonsteknologinæringen har gjennom 1990-tallet levd med vekst og vært preget av ny teknologi, spredning av produkter og tjenester til en rekke nye kundegrupper, økt fokusering fra media og myndigheter, økt markedsfokus og vekst i omsetningen. I 1998 omsatte IKT-sektoren for første gang mer enn olje- og gassektoren i Norge (BI, Verdiskaping og internasjonal konkurransedyktighet i norsk IKT-sektor, forskningsrapport nr 11 - 2000). 2001 markerte slutten på fem år med høykonjunktur i norsk økonomi og IKT-næringen er etter toppårene 1999 - 2000 nå nede i en dyp bølgedal (2002). IKT-næringen er nå i en omstillings- og posisjoneringsfase hvor en rekke bedrifter faller fra og hvor det er overskudd av kvalifisert arbeidskraft.

Trenden er dog at IKT blir en stadig viktigere innsatsfaktor i andre næringer, samtidig som øvrig kunnskapsutvikling gir nye muligheter. Nye markedsområder som vokser frem er blant annet bioinformatikk (bioteknologi og IT) og t.i.m.e-næringen (sammensmeltingen av IKT, media og underholdning). I 2001 brukte vi for første gang mer penger på underholdning enn til mat". (SSB, www.ssb.no).

Det ligger en intensjon om at deltakende bedrifter i Borg IKT-forum skal utvikle sosialt og verdiskapende samarbeid med kompletterende IT-bedrifter, oppnå verdiskaping gjennom samarbeid i nettverk om løsninger, produkter og tjenester, samt bygge opp kunnskap om betydningen av FoU og øke andelen av FoU-arbeid i bedriften gjennom deltakelse i prosjekter gjennom nettverket.

IKT-næringen i Østfold er i endring - flertallet ser ut til å være i en konsolideringsfase hvor flere bedrifter har redusert antall ansatte og enkelte bedrifter dessverre er konkurs. Samtidig er det lyspunkter:

- Borg IKT-forum har deltatt i arbeidet med utviklingen av en felles næringsplan for Fredrikstad og Sarpsborg kommuner med representasjon i to arbeidsgrupper; kompetansegruppen og infrastrukturgruppen. Dette arbeidet fortsetter i 2003. Borg IKT-forum er nå også representert i styret i Fredrikstad Utvikling, næringsnettverket for Fredrikstad, gjennom nestleder i forumet.

- To av bedriftene som møtes i regi av forumet har sammen utviklet et nytt produkt for utrulling og vedlikehold av ”tynne klienter”.
- To av bedriftene som møtes i regi av forumet vil samarbeide om søknaden til et EU-prosjekt som omhandler elektroniske sertifikater på havet.
- Flere av bedriftene har på slutten av året samarbeidet om tilbud. Resultatene av disse prosessene er ikke kjent ved utgangen av året.
- Forumet arrangerte flere seminarer med fokus på fag, forretningsmuligheter og kulturforståelse.

Kartleggingen av IKT-næringen i nedre Glomma 2001-2002 er gjennomført og rapporten er utformet med sikte på både å fremlegge fakta og næringens egne oppfatninger av IKT-næringens situasjon og muligheter. Rapporten fremlegger ingen diskusjon av resultatene, til dette var svarprosenten for lav og svarkvaliteten for varierende. Det arbeides med sikte på en intern oppfølging og revidering av kartleggingen.

Utviklingsmuligheter

Basert på bransjemiljøets egen kartlegging i 2001/2002, identifiserte man følgende utviklingsmuligheter:

Det er behov for å segmentere bransjen og arbeide sterkere mot de med størst potensiale for verdiskaping. Utgangspunktet er de utviklingsorienterte bedriftene som er villig til å satse på forsknings- og innovasjonsaktiviteter. Målet er å utvikle samarbeid mellom flere av disse bedriftene ved å foreta en systematisk analyse av kompetanse- og produktområder, utfordringer og muligheter.

Det arbeides med å engasjere fylkeskommunen og kommunene i en større satsing under arbeidsnavnet eØstfold. Bakgrunnen er eNorge-satsingen, erfaringene fra andre fylker (Sogn og Fjordane spesielt) og de prosjekter som foregår eller er planlagt i Østfold. Satsingen vil gå innenfor effektivisering av offentlig sektor, verdiskaping i næringslivet og deltakelse og identitet på linje med eNorge. Et av målene er å profilere IKT-næringen overfor fylkets offentlige sektor og næringsliv på en slik måte at den alltid anses aktuell i forbindelse med IKT-relaterte anbud eller prosjekter. Manglende kunnskap begge veier gjør at det ikke er slik i dag.

Bransjens egne forslag til tiltak er helt i tråd med forståelsen av nyere innovasjonsteori og betydningen av velfungerende innovasjonssystemer. M.h.t. status for arbeidet med dette henvises det til avsnittet under om *IKT-tjenesteyting* for en nærmere gjennomgang av status på feltet og spesielt bedrifter knyttet til Borg IKT-forum.

3.4 Oppsummering

I denne første delen av notatet er generell næringsstruktur og utvikling i Fredrikstad og omegn belyst. Dette er en blandet industri- og serviceregion med en årlig sysselsettingsvekst på nivå med landet (gjennomsnittelig 2,2 % per år 1998-2005), bortsett fra de siste årene da utviklingen i Fredrikstad har vært mer negativ (-4,5 % 2000-2005) enn på landsbasis (+ 1% 2000-2005). Ledighetsnivået ligger nå også over landsgjennomsnittet.

Strukturelt er Fredrikstadregionen karakterisert ved å være en blandet industri- og serviceregion, men der industrisektoren er klart større enn gjennomsnittet for landet.

Fredrikstad er særlig spesialisert innenfor lav- og middels høyteknologisk industri (næringsmiddel, mekanisk/elektriske maskiner/utstyr, mekatronikk, metallvarer m.m.), men har også en overrepresentasjon av enkelte kreative næringer (media, kunst, teknisk konsulent/design). I store industribransjer som næringsmiddel, teknologi og kjemisk, har Fredrikstad styrket sin relative posisjon i forhold til landet de siste 10-15 årene.

Når det gjelder nyskaping ligger Fredrikstadregionen ”midt på treet” både i forhold til FoU, innovasjon og etableringsfrekvens relatert til gjennomsnittet for landet. Fredrikstad ligger imidlertid klart under Osloregionen for de samme indikatorene. For en ”storby” som Fredrikstad burde kanskje ambisjonsnivået være å ligge over landsgjennomsnittet ihvertfall m.h.t. FoU-intensitet og etableringsfrekvens.

Disse forholdene gir både utfordringer og muligheter. Generelt kan vi si at industri-sektorens store sysselsettingsandel i Fredrikstadregionen gjør den utsatt for ytterligere tap av mange arbeidsplasser gitt det norske kostnadsnivået og økende internasjonal konkurranse. Selv om de store industribransjene i regionen (næringsmiddel, teknologi) har klart å opprettholde et høyt sysselsettingsnivå til det siste, er det grunn til å tro at den langsiktige tendensen til redusert sysselsetting vil fortsette framover. Hvor stor og rask nedgangen vil bli er imidlertid betinget av (1) bedriftenes, bransjenes og lokalmiljøets evne til FoU, innovasjon, nyetableringer og utvikling av konkurransevne, foruten 2) utviklingen i de generelle rammebetingelsene (herunder WTO, EU).

Skal man tette gapet mellom tilbud og etterspørsel i arbeidsmarkedet som følge av redusert industrisysselsetting, så er det særlig innenfor privat tjenesteyting at det kan forventes nye arbeidsplasser og økt sysselsetting. Her kommer deler av forretningsmessig tjenesteyting og Kultur og kreative næringer inn som en relevant vekstsektor hvor det ligger utviklingsmuligheter i skjæringsflatene mellom gamle (teknologi, næringsmiddel etc.) og nye næringer (IKT, teknisk konsulentvirksomhet, design, kultur, reiseliv/-opplevelse). Vekstevnen i disse næringene vil være påvirket av lokal og regional utviklingsevne, tiltrettelegging og profilering.

Fredrikstadregionens næringsmessige allsidighet burde ha i seg mange nye potensielle kombinasjonsmuligheter for nyskaping og vekst, og bedre utnyttelse av synergier mellom gamle og nye næringer og miljøer. Allsidighet og mange aktører gir imidlertid også utfordringer knyttet til fragmentering. Mange ulike aktører og sektorer opererer side om side uten nevneverdig kontakt og kjennskap til hverandre. Noe av utfordringen er å få flere aktive utviklingsaktører og samfunnsentreprenører i privat og offentlig sektor til å dra samme i forhold til felles utfordringer. Som et ledd i dette blir det viktig å utvikle felles arenaer og samarbeids-fora som kan bidra til økt kunnskapsflyt, gjensidig tillit, og større vilje til å trekke sammen. I neste omgang bør dette kunne legge grunnlaget for å utvikle små og stor nyskappingsprosjekter, få bedre tilgang til nasjonale/internasjonale FoU-midler, samt profilere regionens spesialiteter og attraktive kvaliteter sterkere.

Når det gjelder *etablering og drift av nettverk*, er mye erfaringbasert kunnskap tilgjengelig både nasjonalt og regionalt. Nettverk kan anta ulike former, fra å være enkle uformelle nettverk og sosiale møteplasser til mer komplekse samarbeidsformer og nettverk i dynamiske innovasjonssystemer. Både metoder og teknikker er beskrevet i litteraturen for å etablere og drifte slike nettverk, men enkelte viktige forutsetninger som også er nødvendig er i mindre grad beskrevet, som bl.a. eierskap, drivkraft, langsiktighet og tålmodig finansiering.

Østfolds Reginn-prosjekt er i ekserne evalueringer beskrevet som et vellykket innovasjonsprosjekt og nettverk forankret til bl.a. Fredrikstad. Det er også etablert mye erfaring lokalt/regionalt de senere årene om samarbeid i slike nettverk, som foran er

omtalt under næringsmiddelnettverket og Borg IKT-forum i Fredrikstad. I dette synes Fredrikstad Kommune å ha spilt en helt avgjørende rolle både i etablering og finansiering av nettverkene i de kritisk viktige første årene, og har bidratt aktivt til å ”koble” aktører. Dette er helt i tråd med anerkjente metoder for å legge til rette for samhandling. På initiativ fra kommunen har Stiftelsen Østfoldforskningen (STØ) i de beskrevne tilfellene blitt trukket inn og hatt sekretariatsfunksjonen for nettverkene (ulike personer), men ingen klart uttrykte mandat til å inneha direkte prosessleder- eller driverrolle, selv om det periodevis har fungert slik. (I andre nettverk har STØ hatt en slik rolle).

Basert på den gjennomgangen som er foretatt her, synes det å være grunnlag for å trekke frem følgende forhold man kan lære av:

- (1) Stopper den offentlige finansieringen opp i de tidlige fasene, ser sekretariatsfunksjonen – eventuelt prosesslederfunksjonen – i nettverkene ut til å slutte å fungere og interessen for deltagelse å ”dabbe av”
- (2) Greier ikke nettverket (prosessdriver/-eier) å skape meningsfullt innhold for tilstrekkelig mange interessenter relativt raskt, ”dabber interessen av”
- (3) Næringsaktørene (bedriftene) ser ut til å være relativt lite interessert i finansiere en felles sekretariats- eventuelt prosesslederfunksjon.

4 Kultur og kreative næringer i Fredrikstadregionen

4.1 Begreper og perspektiver

Generelt bruker vi begrepet *Kultur og kreative næringer (KK-næringene)* om en gruppe næringer som produserer eller selger varer og tjenester hvis primære egenskap er *kommunikativ* og som kan ha en eller annen form for kulturell, kunstnerisk eller opplevelsesmessig verdi for mottaker, bruker eller kunde. Kultur og kreative næringer har fått økt betydning i mange land med hensyn til direkte sysselsetting og verdiskaping, og indirekte for nyskaping og utvikling i andre næringer foruten samfunn og økonomi forøvrig. Den økte interessen for kultur og kreative næringer internasjonalt har blitt knyttet til (delvis etter Haraldsen m.fl.2005):

- (1) Et antatt stort *verdskapingspotensiale* både knyttet til egen produksjon og som innsatsfaktor i andre næringer.
- (2) Som *innovative næringer* med eksterne innovasjonseffekter og økonomiske ringvirkninger for andre næringer,
- (3) Dynamiske kultur og kreative næringer øker regioners *attraktivitet og kvalitet* som bo-, nærings- og opplevelsessteder.

Internasjonal litteratur på feltet viser særlig til at KK-næringene ofte har langt større positive økonomiske og sosiale ringvirkninger i en region enn bare det som er knyttet direkte til næringsvirksomheten og sysselsettingen innenfor KK-næringene i seg selv.

Det er ulike *drivkrefter* som gjør KK-næringene til vekstbransjer i mange land hvorav noen er knyttet til:

- (1) Økt innovasjonskonkurranse og differensieringsstrategier i næringslivet øker etterspørsel etter kunnskapsintensive kreative tjenester.
- (2) IKT-teknologien har åpnet nye vekstmuligheter for produksjon innen Kultur og kreative næringer, og integrasjon med andre sektorer som framstiller andre varer og tjenester.
- (3) Økt utskilling av spesialiserte kunnskapsintensive og kreative funksjoner fra tradisjonell industri og tjenesteyting, og innkjøp via spesialiserte underleverandører
- (4) Økt kjøpkraft og fritid har økt etterspørselen etter kultur og opplevelse i befolkningen

Vår avgrensning

Det brukes en rekke ulike definisjoner og avgrensninger av kreative næringer, kulturnæringer og opplevelsesnæringer nasjonalt og internasjonalt. Vår avgrensning er her noe videre enn det som er brukt i nasjonale studier (eks. Haraldsen m.fl.(2004): Kulturnæringene). Vi har i vår studie også inkludert sport, reiseliv foruten kreative deler av forretningsmessig tjenesteyting (programvare, databehandling, teknisk konsulent, design), slik man finner i flere studier i andre land¹³. Til forskjell fra andre vide definisjoner har vi imidlertid utelatt møbel- og tekonæringene, som er designintensive næringer og ofte inngår som kreative næringer i enkelte internasjonale studier.

Vår noe vide definisjon av KK-næringene innebærer at man står i fare for å overvurdere størrelsen på disse næringene. Det er særlig det vi har kalt opplevelsesnæringene, som omfatter sport og reiseliv, som man kan stille spørsmålsteget ved om relevansen av å ta med. Innen reiseliv er det restaurant og kafe som dominerer, og innen sport er det engros- og detaljhandel med sportutstyr. Mye av opplevelsesnæringene slik det er avgrenset ligger derfor i ytterkanten av det en fornuftig avgrensning av begrepet vil være. Når vi allikevel har valgt den brede tilnærmingen her er det rett og slett for å få en bedre oversikt over Kultur og kreative næringer i alt, så kan man i neste omgang fokusere mer.

4.2 Bransjestrukturer og utviklingstrekk

Hovedstruktur og utvikling

Samlet består KK-næringene i Fredrikstadregionen av 1049 bedrifter og 3532 ansatte (1.1.2005) (tabell 4.1.). Det er med andre ord en betydelig "næringsklynge" vi har å gjøre med, og større enn de store industribransjene innen næringsmiddel og teknologi, som foran er omtalt som Fredrikstadregionens fremste varemerke.

Struktur. De tre hovedsektorene Kultur-, teknologi- og designnæringene er jevnstore, mens opplevelsesnæringene er noe større. På bransjenivå ser vi at det er media, restaurant, teknisk konsulent/design og IKT som er de største målt i antall ansatte.

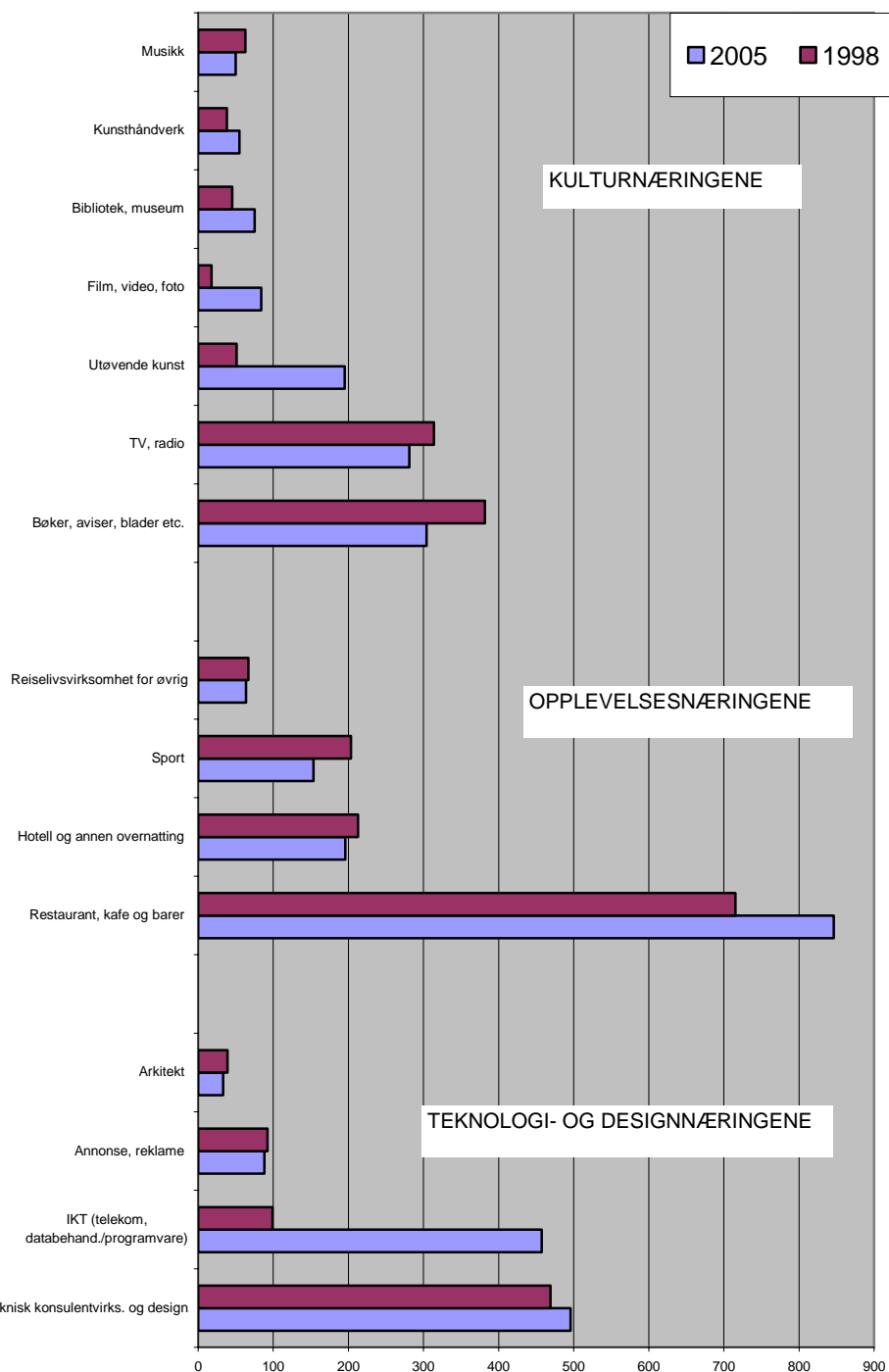
¹³Studier av opplevelsesnæringen i Sverige (Power 2002), og kreative næringer i England (DMCS 2001).

Tabell 4.1 *Nøkkeltall for Kultur og kreative næringer i Fredrikstadregionen 1998-2005.*
(Datakilde:BoF).

	BEDRIFTER	SYSSELSATTE	Sysselsatte 1998-2005	
			01.01.2005	01.01.2005
KULTUR OG KREATIVE NÆRINGER TOTALT	1049	3532	520	17,3
1: KULTUR TOTALT	398	1044	134	14,7
Bibliotek/museum	10	75	30	67,0
Bøker, aviser, blader etc.	82	304	-78	-20,4
Film, video, foto	44	84	66	373,2
TV, radio	24	281	-33	-10,4
Musikk	21	50	-13	-20,7
Kunsthåndverk	22	55	17	44,0
Utøvende kunst	195	195	144	280,9
2: OPPLEVELSE TOTALT	219	1413	11	0,8
Sport	59	154	-50	-24,5
Hotell og annen overnatting		196	-17	-8,1
Restaurant, kafe og barer		846	131	18,3
Reiselivsvirksomhet for øvrig		63	-3	-5,2
3:TEKNOLOGI OG DESIGN TOTALT	432	1075	376	53,7
IKT (telekom,databeh.,prog.vare)	187	458	359	363,0
Teknisk konsulent/design	176	496	27	5,7
Arkitekt	20	33	-5	-14,0
Annonse, reklame	49	88	-4	-4,3
ANDRE NÆRINGER	4 966	30653	3964	14,9
ALLE NÆRINGER	6015	34186	4484	15,1

Utviklingen 1998-2005 viser at KK-næringenes vekst (+17.3%) har vært noe større enn en i andre næringer (14,9%), og særlig sterk har veksten absolutt og relativt vært innen film/video/foto, IKT, kunst, restaurant og bibliotek/museum.

Figur 4.1 Struktur og utvikling i KK-næringene i Fredrikstadregionen 1998-2005. Antall sysselsatte (Datakilde: BoF).

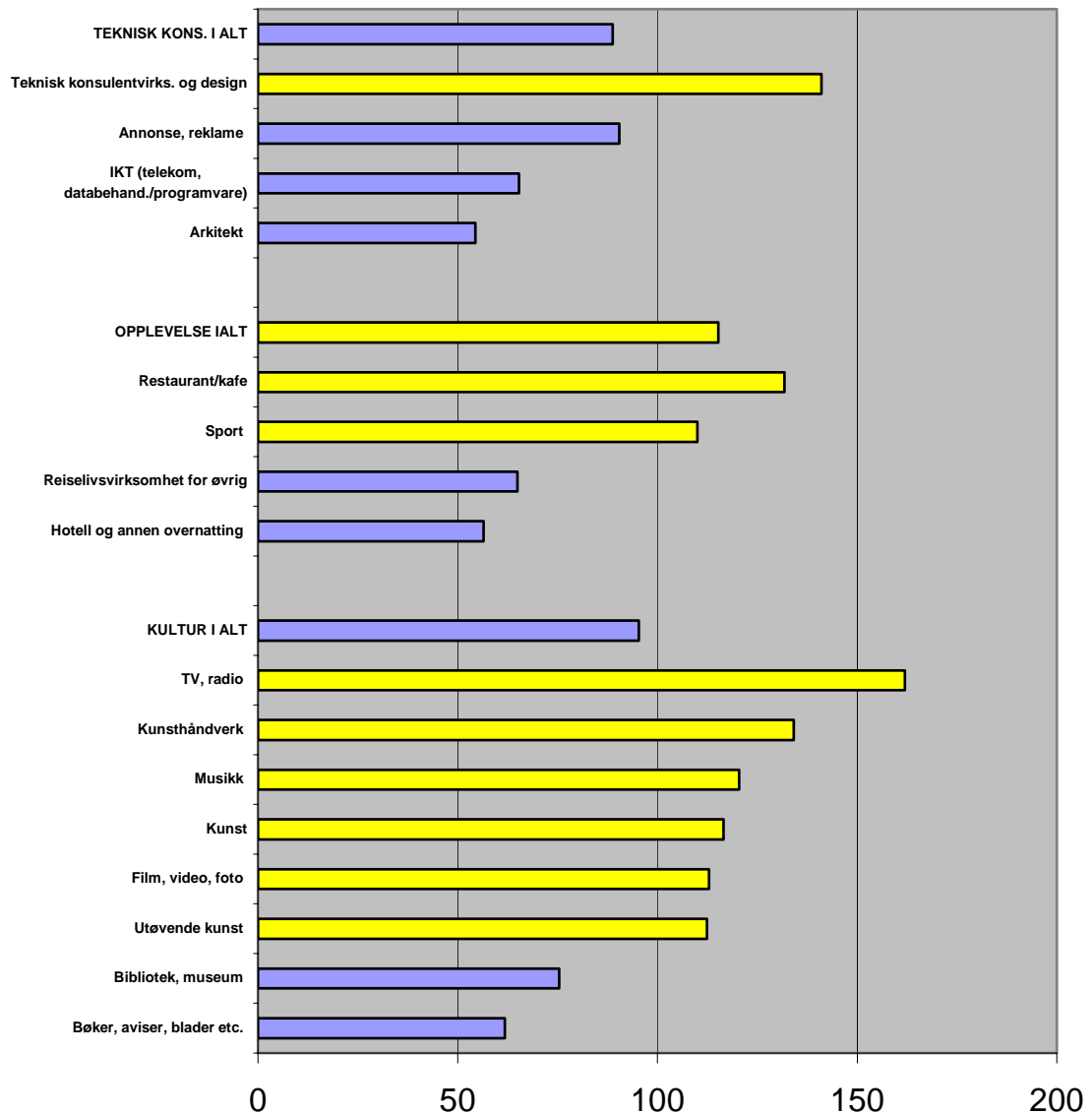


Regional spesialisering - innen kunst, media og teknisk konsulent/design

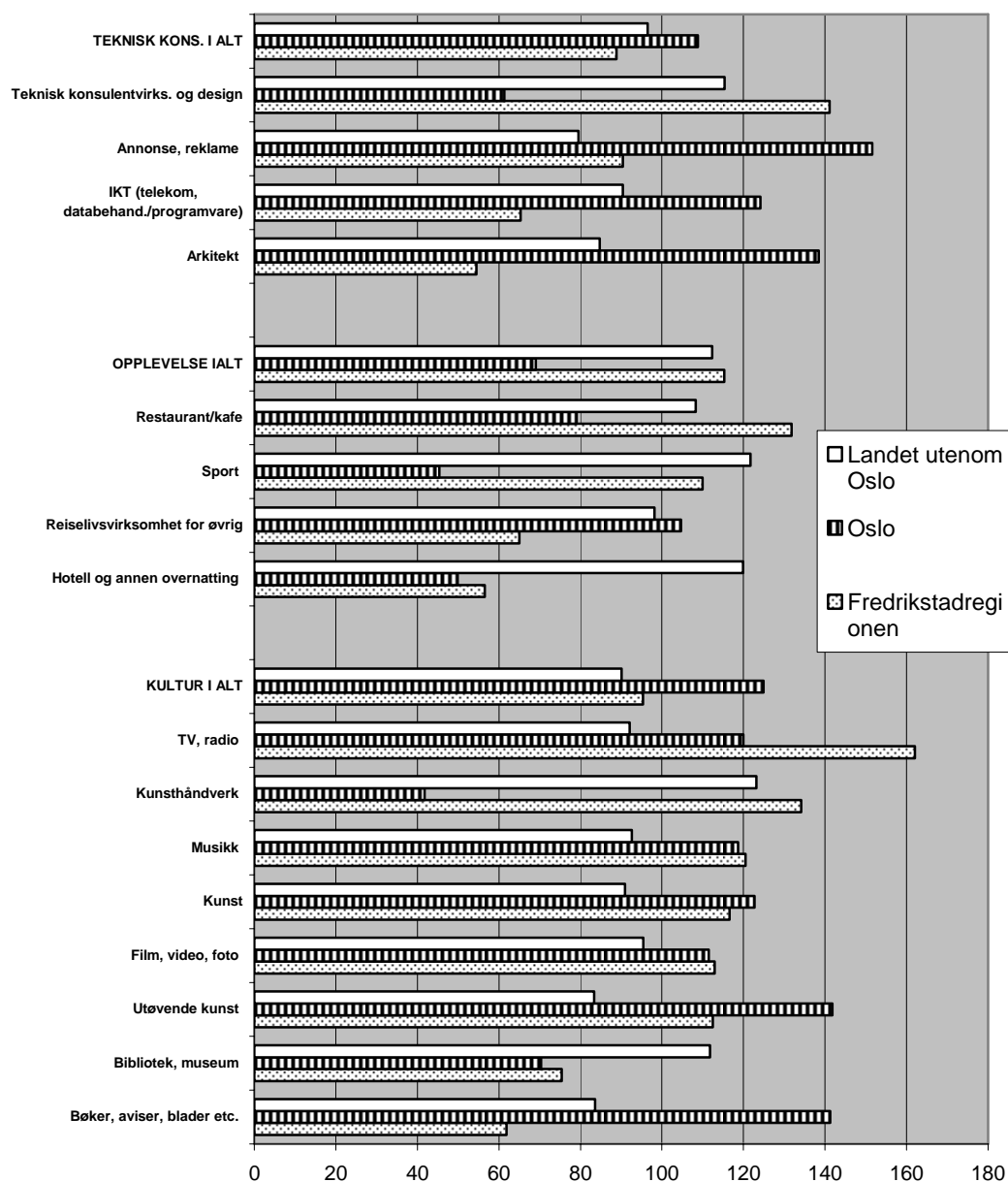
Fredrikstadregionen er i dag ikke regionalt spesialisert innenfor Kultur og kreative næringer samlet. Om vi splitter opp i enkeltbransjer vil vi imidlertid se at regionen har overrepresentasjon av teknisk konsulent/design, restaurant, sport, TV/radio, kunsthåndverk, musikk, kunst, film/vide/foto og utøvende kunst. Med andre ord ser vi her

en interessant regional spesialisering innenfor de kreative næringene kunst, media og teknisk konsulent/design foruten opplevelsesnæringene som restaurant og sport.

Figur 4.2 *Regional spesialisering innen Kultur og kreative næringer i Fredrikstadregionen 1.1.2005. Lokaliseringskvotienter(Landgjennomsnittet =100, gule søyler viser overrepresentasjon) (BoF).*



Figur 4.3 *Regional spesialisering innen Kultur og kreative næringer i Fredrikstadregionen, Osloregionen og hele landet utenom Oslo. Lokaliseringskvotienter (Landsgjennomsnittet = 100) (FoB 2005)*

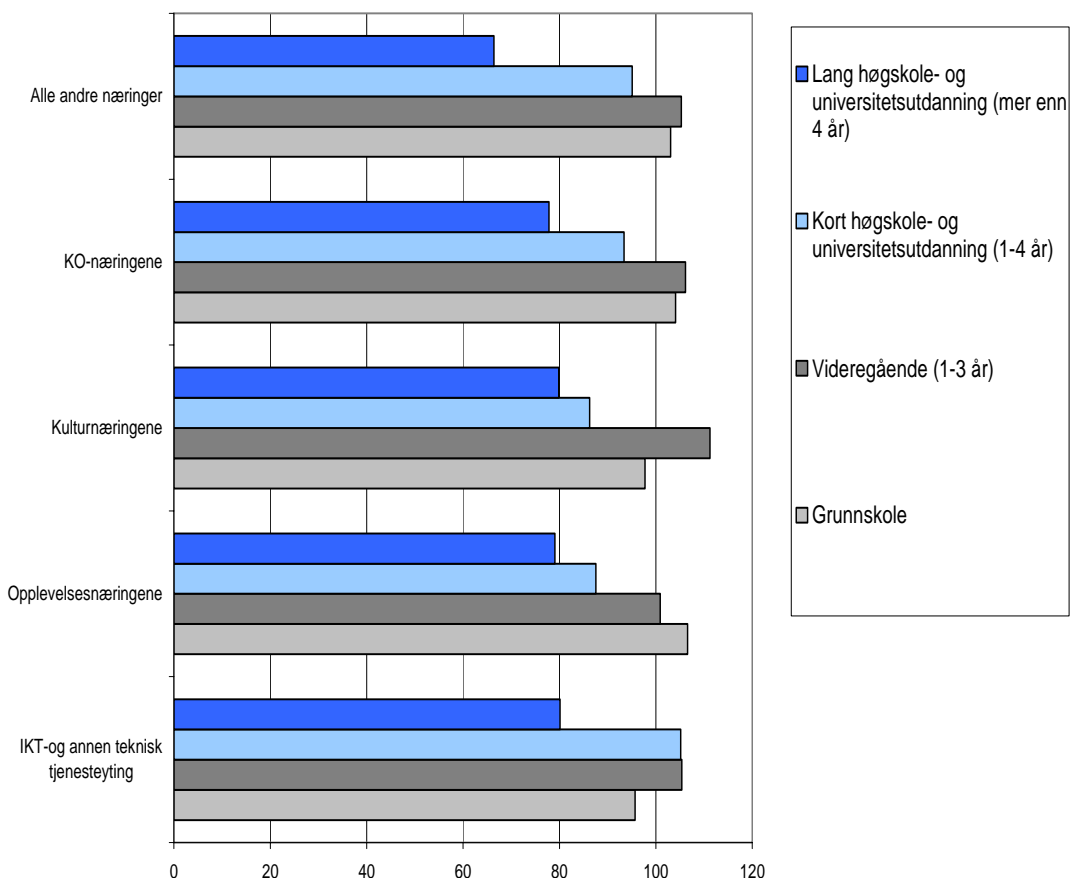


Utdanningsnivået

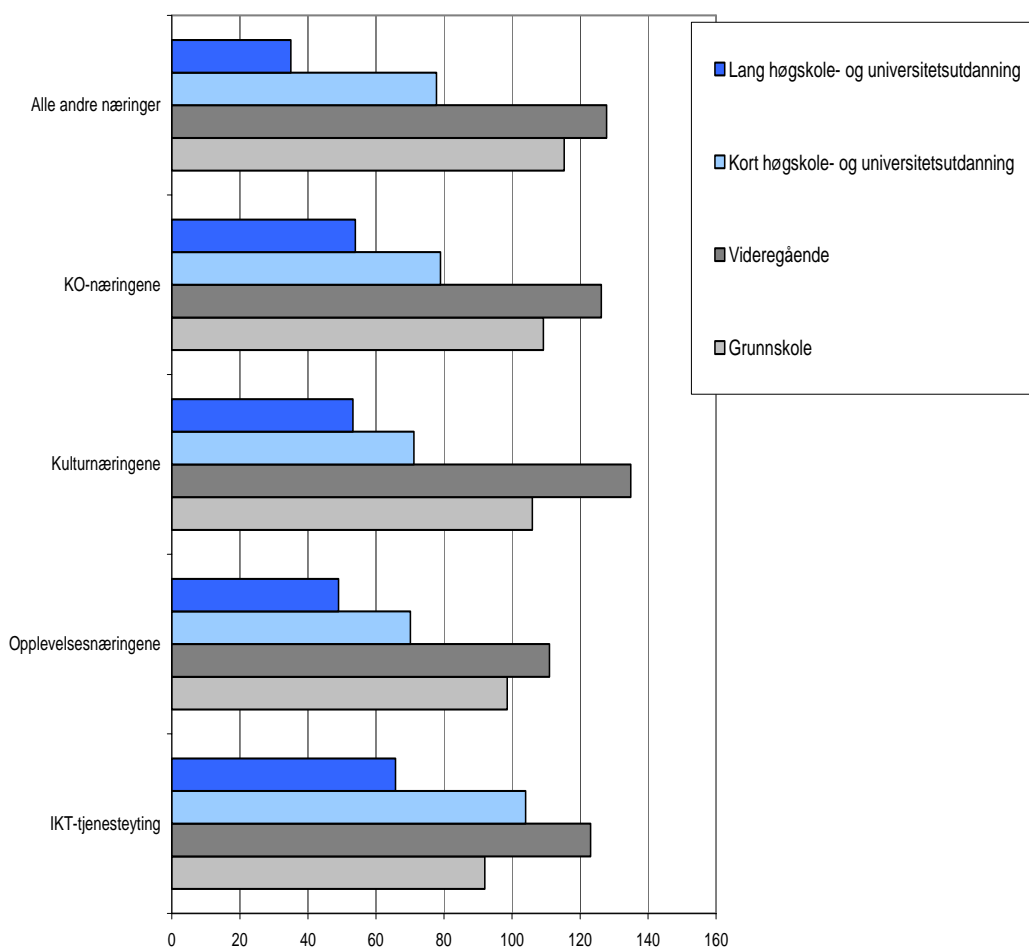
Det formelle utdanningsnivået i KK-næringene i Fredrikstad ligger noe under nivået i de samme næringene på landsbasis. Selv om høyt utdanningsnivå ofte hevdes å være en viktig strategisk ressurs for innovasjon og entreprenørskap, finnes det på dette feltet ingen entydig dokumentert årsaks-virkningssammenheng. Ofte vil det være slik at i nye vekstnæringer arbeider en stor andel av nye arbeidstakergrupper, som i utgangspunktet har et høyere utdanningsnivå enn eldre arbeidstakergrupper som oftere dominerer i mer modne eller tradisjonelle næringer. På den annen side er det dokumentert at bedrifter som sysselsetter folk med høyere utdanning oftere også har etablert kontakter, nettverk og utviklingsamarbeid med høyere utdannings- og forskningsinstitusjoner. Når dette bidrar

til å lette kunnskapsoverføring og deling mellom miljøene er det opplagt at høyt utdanningsnivå indirekte kan bidra til å styrke evnen til oppgradering, innovasjon og entreprenørskap. På den annen side finnes det høyest innovative bransjer og bedrifter innenfor næringer med et generelt lavt utdanningsnivå (eks. lav- og medium-høyteknologi industri), og lite kontakt med utdannings- og forskningsmiljøer.

Figur 4.4 *Utdanningsnivået i KK_næringene i Fredrikstadregionen vs. landsbasis (Utdanningsnivået på landsbasis =100)*



Figur 4.5 *Utdanningsnivået i Kultur og kreative næringer i Fredrikstadregionen vs. storbyene. (Utdanningsnivå i Norges seks største byer=100)*
(Kilde: NIBR/SSB)



4.3 Lønnsomhet, omsetning og verdiskaping¹⁴

I dette avsnittet presenteres ulike mål for lønnsomhet og vekst for KK-næringene i Fredrikstad sett i forhold til tilsvarende næringer på landsbasis. Det benyttes to mål for lønnsomhet – driftsmargin og total kapitalrentabilitet, og to vekstmål – omsetning og verdiskaping. Formålet med denne oversikten er å undersøke:

- Hvor lønnsomme er kk-næringene i Fredrikstadregionen og om næringene der er mer eller mindre lønnsomme enn næringene er på landsbasis.
- Hvordan KK-næringene i Fredrikstadregionen har utviklet seg med hensyn til omsetning og verdiskaping i forhold til resten av landet.

¹⁴ Analysene er basert på regnskapsstatistikken for ikke-finansielle aksjeselskaper og resultatene er levert av Creditinform.

Lønnsomhet målt ved driftsmargin og totalkapitalrentabilitet

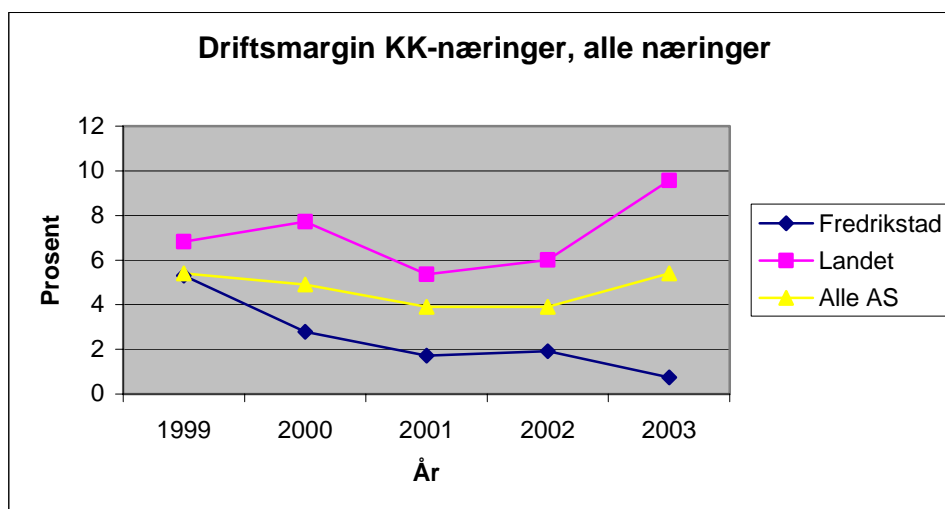
Lønnsomhet måles i forhold til driftsresultatet, eller hvor mye av hver krone omsatt man sitter igjen med etter at driftskostnadene er betalt, og totalkapitalrentabilitet som viser avkastningen på den samlede investerte kapital, eller all den kapital som selskapet legger beslag på.

Driftsmargin 1999-2003

Med driftsmargin menes normal driftsavkastning på ordinær virksomhet. Dette nøkkeltallet gir oversikt over lønnsomheten når resultat og inntektsstørrelse kun er relatert til hovedformålet av virksomheten. Forholdstallet er derfor relevant i forbindelse med lønnsomhetsmålinger av den primære driften i selskapene. Driftsmarginen er den delen av regnskapsført inntekt som eierne disponerer etter varer, tjenester og lønninger er betalt. Dersom driftsmarginen er negativ skaper ikke bedriften midler nok til å dekke eventuelle finansielle underskudd, betale eierne eller finansiere nye investeringer. Negativ driftsmargin over lengre perioder kan føre til nedbygging av egenkapitalen og i siste instans til avvikling av foretaket.

Av figur 5.1 ser vi at KK-næringene i Fredrikstadregionen har hatt en dårligere utvikling enn disse næringene på landsbasis i perioden 1999-2003. Gjennomsnittlig driftsmargin har hele tiden ligget lavere i Fredrikstadregionen enn på landsbasis, og forskjellen er særlig stor i 2003. Da var gjennomsnittlig driftsmargin i KK-næringene over 9 prosent på landsbasis, mens den var under 1 prosent i Fredrikstadregionen. Driftsmarginen for samtlige næringer i Norge¹⁵ ligger mellom marginen for KK-næringene på landsbasis og i Fredrikstadregionen. Også her har det vært en positiv utvikling fra 2002 til 2003, fra 3,9 til 5,4 prosent.

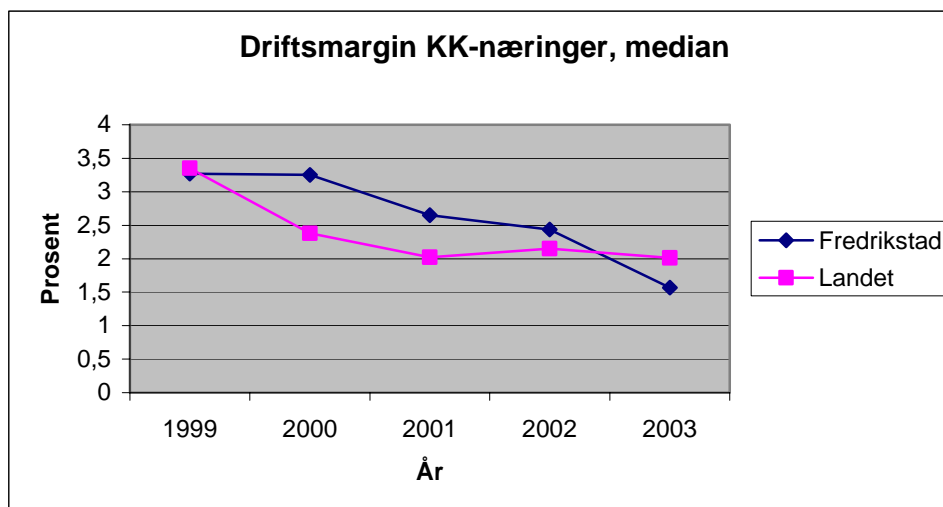
Figur 4.6 *Driftsmarginer KK-næringer og alle næringer 1999-2003.*



1 Alle AS viser driftsmargin for aksjeselskaper i Fastlands-Norge

¹⁵ Samtlige næringer er definert som alle næringer i Fastlands-Norge, dvs. alle næringer med unntak av olje- og gassvirksomhet og utenriks sjøfart.

Figur 4.7 Driftsmarginer KK-næringer 1999-2003, median.



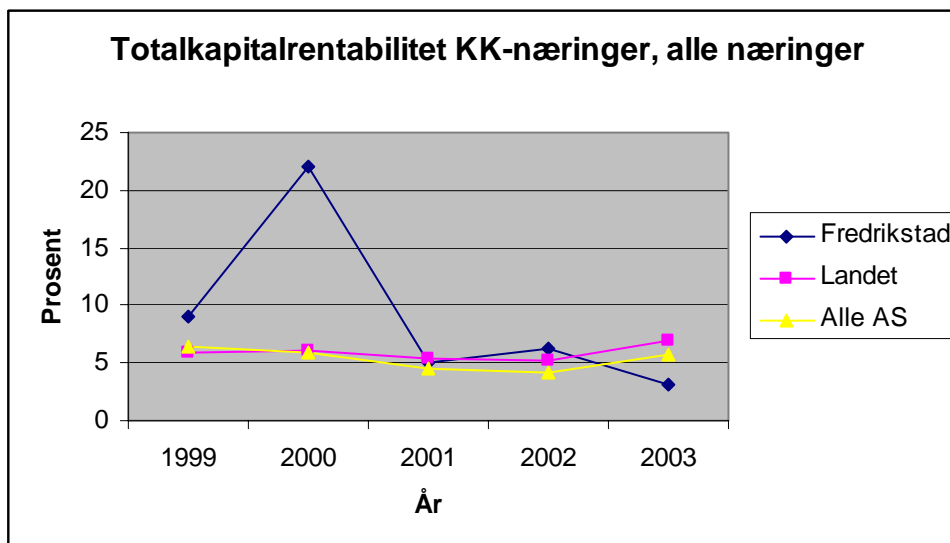
Figur 5.2 viser driftsmargin målt ved medianen som viser midtverdien i fordelingen som halvparten av foretakene ligger over eller under. Dette målet er ikke følsomt for ekstremverdier på samme måte som gjennomsnittet er. I 2003 ser vi for eksempel at halvparten av foretakene i KK-næringene på landsbasis har en driftsmargin på 2 prosent, mens gjennomsnittsmarginen er på over 9 prosent. Det viser at vi har en ganske skjev fordeling der enkelte foretak med høy driftsmargin trekker opp gjennomsnittsverdien. For Fredrikstadregionen er det små forskjeller mellom gjennomsnitt og median. For de enkelte næringene er det imidlertid store variasjoner i driftsmarginer de ulike årene. For 2003 kommer for eksempel at radio og reklame dårlig ut med en driftsmargin på -12,33 prosent. Teknisk konsulentvirksomhet gjør det også dårlig med -8,47 prosent, mens annonse, reklame og arkitektbransjen kommer best ut med hhv. 7,52 og 6,94 prosent. På landsbasis har databehandling, teknisk konsulentvirksomhet, telekommunikasjon og arkitektbransjen høyest gjennomsnittlig driftsmargin med hhv. 15,85, 13,47, 12,02 og 10,92. Ellers ser vi av figur 5.2 at driftsmarginene målt ved medianverdien har sunket fra noe over 3 prosent til 1,5-2 prosent i perioden 1999-2003.

Totalkapitalrentabilitet 1999-2003

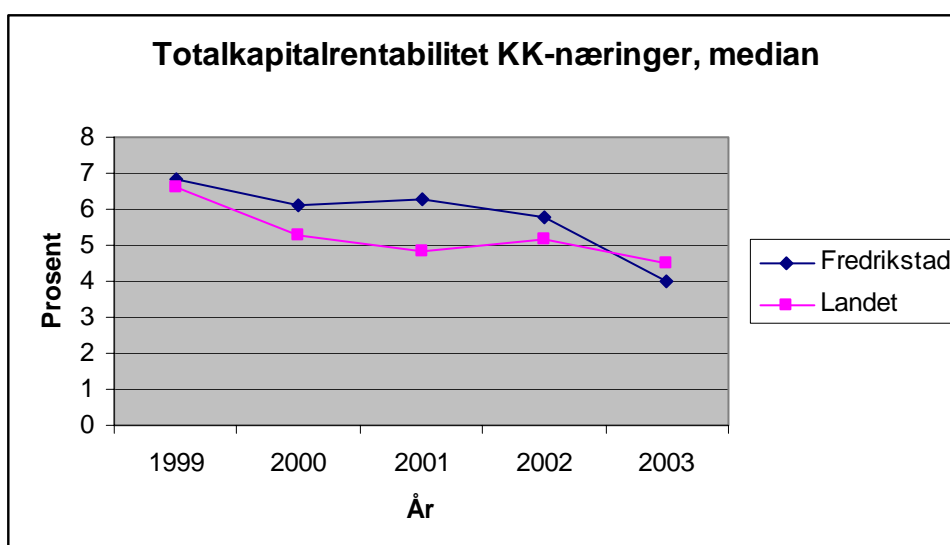
En vanlig måte å måle lønnsomhet på er å se hvor stort overskuddet er i forhold til kapitalinnsatsen. Totalkapitalrentabilitet er et velbrukt forholdstall som referer til avkastningen på den samlede investerte kapitalen i selskapene, uavhengig om det er finansiert ved egenkapital eller fremmedkapital (lånekapital). Totalkapitalrentabiliteten viser hvor mye eierne får igjen på investerte midler, både på realkapitalen som er plassert i virksomheten og på fordringer foretaket har på andre (bankinnskudd, aksjer og liknende). I foretak med høyt driftsresultat og lave lønnskostnader, eller med liten bokført kapital i forhold til omsetning, kan avkastningen på totalkapitalen bli meget høy. Dette er gjerne tilfelle for småforetak eller kunnskapsbedrifter som har en stor andel "menneskelig kapital", men forholdsvis lite realkapital i form av maskiner og annet utstyr (Kvinge og Langeland 1995).¹⁶

¹⁶ Totalkapitalrentabilitet defineres på følgende måte:

$$\text{Totalkapitalrentabilitet} = \frac{\text{resultat før ekstraordinære poster} + \text{finanskostnader}}{\text{Gjennomsnittlig totalkapital}} * 100$$

Figur 4.8 *Totalkapitalrentabilitet KK-næringer og alle næringer 1999-2003.*

Lønnsomheten målt ved totalkapitalrentabilitet er relativt stabil for KK-næringene både i Fredrikstadregionen og på landsbasis. Som det framgår av figur 5.3 svinger rentabiliteten rundt 5-7 prosent for hele perioden, med unntak av år 2000 hvor lønnsomheten i Fredrikstadregionen gjør et dramatisk hopp og er godt over 20 prosent. Men en skal ikke legge for stor vekt på ett enkelt år for et mindre utvalg foretak. Lønnsomheten i KK-næringene er ellers på linje med det en finner for alle næringer i Norge. Blant enkelt næringer i Fredrikstadregionen i 2003, er lønnsomheten høyest i annonse og reklame med 10,41 prosent og lavest i telekommunikasjon med -20,06 prosent. På landbasis kommer TV og radio best ut med 12,02 prosent mens museum og bibliotek har svakest lønnsomhet med 2,9 prosent. Av figur 5.4 ser vi at lønnsomheten i KK-næringene målt ved medianen har sunket i perioden 1999-2003 fra et nivå på snaut 7 prosent til i overkant av 4 prosent. Utviklingen for KK-næringene i Fredrikstadregionen har vært noe mer negativ enn på landsbasis.

Figur 4.9 *Totalkapitalrentabilitet KK-næringer 1999-2003. Median.*

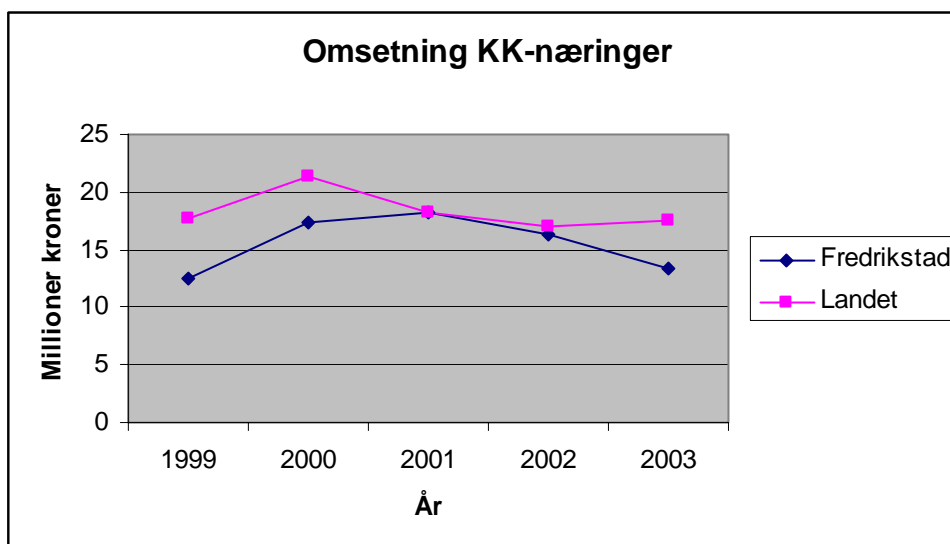
Vekst målt ved omsetning og verdiskapning

Vekst og utvikling i KK-næringene måles etter omsetning (driftsinntekter) og verdiskapning. Driftsinntektene omfatter alle inntekter som knytter seg til det ordinære produksjons-/varekretsløpet i selskapet av løpet av regnskapsåret, se fotnote 1. Verdiskapning er i prinsippet alle inntekter etter fradrag for kostnadene knyttet til forbruk av innkjøpte varer og tjenester og forbruket av realkapitalen (av- og nedskrivninger).¹⁷ Brutto verdiskapning som her benyttes er uttrykk for den verdien som skapes for alle involverte i foretaket, dvs. ansatte, eiere, kreditorer og offentlige myndigheter.

Omsetning 1999-2003

Veksten målt ved driftsinntekter viser at KK-næringene i Fredrikstadregionen økte omsetningen fra snaut 11 milliarder kroner i 1999 til noe over 18 milliarder i 2001. Deretter sank omsetningen de to neste årene og var nede i nærmere 14 milliarder i 2003. Utviklingen for KK-næringene på landsbasis viser et noe annet mønster med sterk vekst fra 1999 til 2000 og deretter utflating og svak vekst fram til 2003. I toppåret 2001 omsatte KK-næringene på landsbasis for over 831 milliarder kroner, mens omsetningen i 2003 var på litt under 800 milliarder.

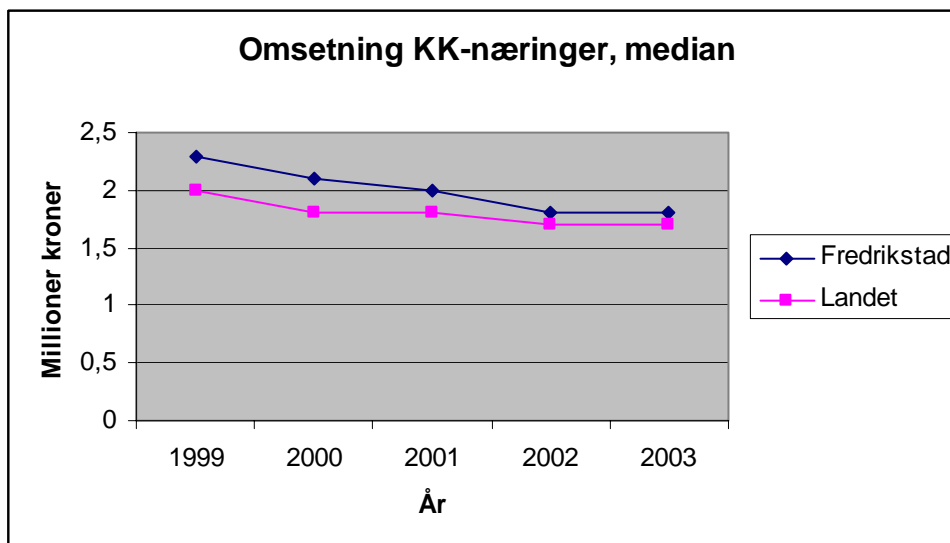
Figur 4.10 Omsetning per foretak i KK-næringene 1999-2003. Millioner kroner



¹⁷ Verdiskaping

Brutto verdiskapning = driftsinntekt – forbruk av innkjøpte varer og tjenester.

Figur 4.11 Omsetning per foretak i KK-næringer 1999-2003. Millioner kroner. Median.

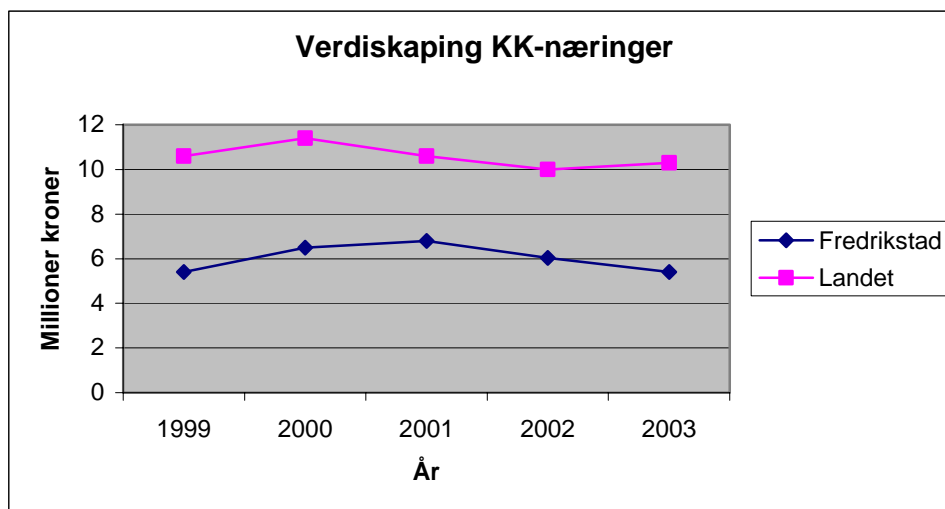


Den gjennomsnittlige omsetningen per foretak i KK-næringene i Fredrikstadregionen har variert mellom 12,5 og 18,3 mill.kr i perioden 1999-2003, mens tallene på landsbasis ligger mellom 17,5-21,2 mill.kr. En noe lavere omsetning i KK-næringene i Fredrikstadregionen kan skyldes at foretakene i regionen er noe mindre enn på landsbasis. Ellers ser en at mønsteret for omsetning per foretak i hovedsak følger mønsteret for den totale omsetningen i næringen. Det er små forskjeller i medianverdien for omsetning for KK-næringene i Fredrikstadregionen og landets ellers, men KK-næringene i Fredrikstadregionen ligger noe over landsbasis. Medianverdien ligger ellers godt under gjennomsnittverdien både på landsbasis og i Fredrikstadregionen. Det tyder på at enkelte foretak i KK-næringene med høy omsetning trekker opp gjennomsnittsverdien.

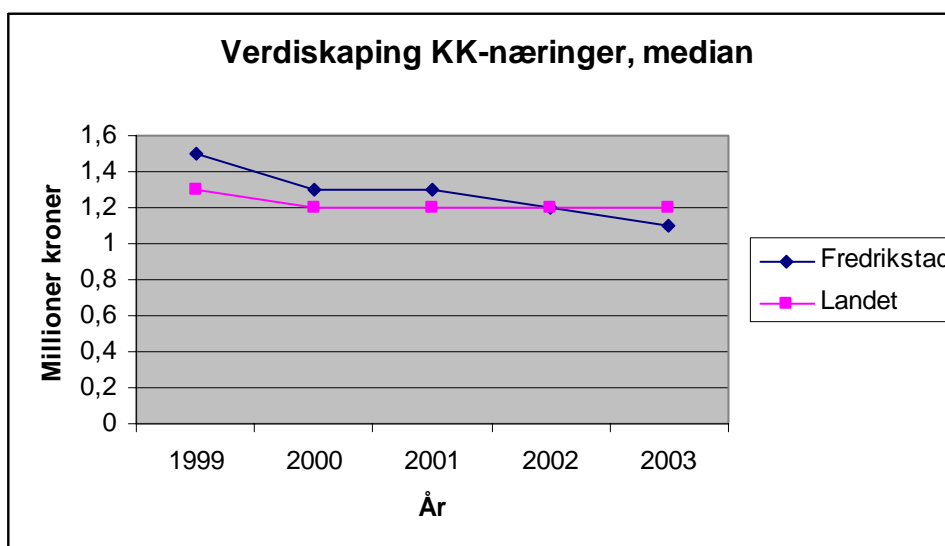
Verdiskapning 1999-2003

Den gjennomsnittlige verdiskapningen per foretak i KK-næringene i Fredrikstadregionen svingte mellom 5,4 og 6,8 mill.kr i perioden 1999-2003. På landsbasis er det mindre variasjon i verdiskapningen, her varierer tallene mellom 10-11 milliarder for hele femårsperioden. Av figur 5,7 framgår det at gjennomsnittlig verdiskapning per foretak klart høyere på landsbasis enn i Fredrikstadregionen. Forskjellen er betydelig større her enn det vi fant for omsetning. På samme måte som for omsetning er det små forskjeller i medianverdien for verdiskapning for KK-næringene i Fredrikstadregionen og landets ellers. Med unntak for 2003 ligger KK-næringene i Fredrikstadregionen noe over landsbasis også her. Medianverdien ligger ellers godt under gjennomsnittverdien både på landsbasis og i Fredrikstadregionen. Det tyder på at enkelte foretak i KK-næringene med høy verdiskapning trekker opp gjennomsnittsverdien.

Figur 4.12 Verdiskapning per foretak i KK-næringer 1999-2003. Millioner kroner



Figur 4.13 Verdiskapning per foretak i KK-næringer 1999-2003. Millioner kroner. Median.



Konklusjon - lønnsomhet og vekst i KK-næringer

Den økonomiske utviklingen i KK-næringer målt ved lønnsomhet og vekst indikerer en noe svakere utvikling i Fredrikstadregionen enn på landsbasis. Lønnsomheten målt ved gjennomsnittlig driftsmargin er klart lavere i Fredrikstadregionen enn i landet ellers. Målt etter medianen kommer imidlertid KK-næringene i Fredrikstadregionen ut noe bedre enn på landsbasis i perioden 1999-2003, med unntak av 2003. Lønnsomhet målt etter gjennomsnittlig totalkapitalrentabilitet viser at Fredrikstadregionen i hovedsak kommer ut som landet ellers med unntak av år 2000 hvor lønnsomheten er langt høyere i KK-næringene i denne regionen enn på landsbasis. Medianlønnsomheten er også tilnærmet lik, men KK-næringene i Fredrikstadregionen ligger noe høyere enn på landsbasis.

Vekst målt etter gjennomsnittlig omsetning per foretak i KK-næringene viser at omsetningen var noe lavere i Fredrikstadregionen enn på landsbasis. Målt etter median

ligger omsetningen litt høyere i denne regionen enn i landet under ett. Gjennomsnittlig verdiskapning per foretak er betydelig svakere i Fredrikstadregionen enn på landsbasis. For verdiskapning målt etter median kommer regionen og landet som helhet ganske likt ut, med Fredrikstadregionen svakt over landsbasis.

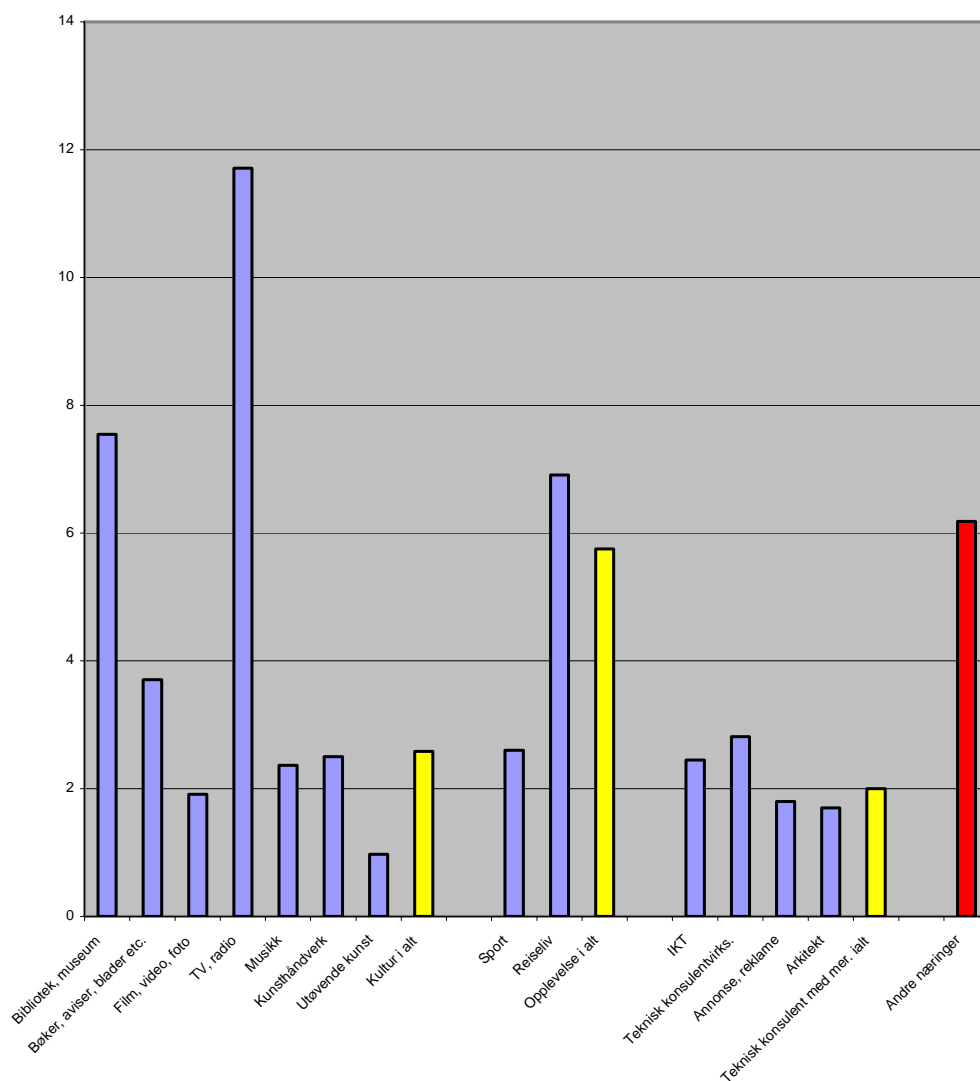
Samlet sett synes altså den økonomiske utviklingen i KK-næringene i Fredrikstadregionen å være noe svakere enn på landsbasis. Foretakene i Fredrikstadregionen har noe dårligere driftsmargin, mens rentabiliteten er omtrent den samme. Foretakene har også litt lavere omsetning og svakere verdiskapning. Forskjellene er ikke dramatiske, men de viser kanskje at KK-næringene i Fredrikstadregionen har et forbedringspotensial.

4.4 Bedrifter, nyetableringer og dynamikk i bedriftspopulasjonen

Bedrifter og størrelser

Bedriftene i KK-næringene er gjennomgående små (gjennomsnittsstørrelse på 4-5 ansatte), og noe mindre enn gjennomsnittet for alle bedrifter.

Figur 4.14 Gjennomsnittelige bedriftstørrelser Kultur og kreative næringer i Fredrikstadregionen 2005(BoF) (Datakilde BoF)



Tilvekst av bedrifter

Veksten i bedriftspopulasjonen har vært markert sterkere i KK-næringene enn i andre næringer i Fredrikstadregionen de siste årene (tabell 4.2). Som det framgår har nettotilveksten av bedrifter har vært 4-5 ganger høyere i KK_næringene enn i andre næringer. Særlig sterk har tilveksten vært innenfor *kunst, teknologi og arkitekt/design*.

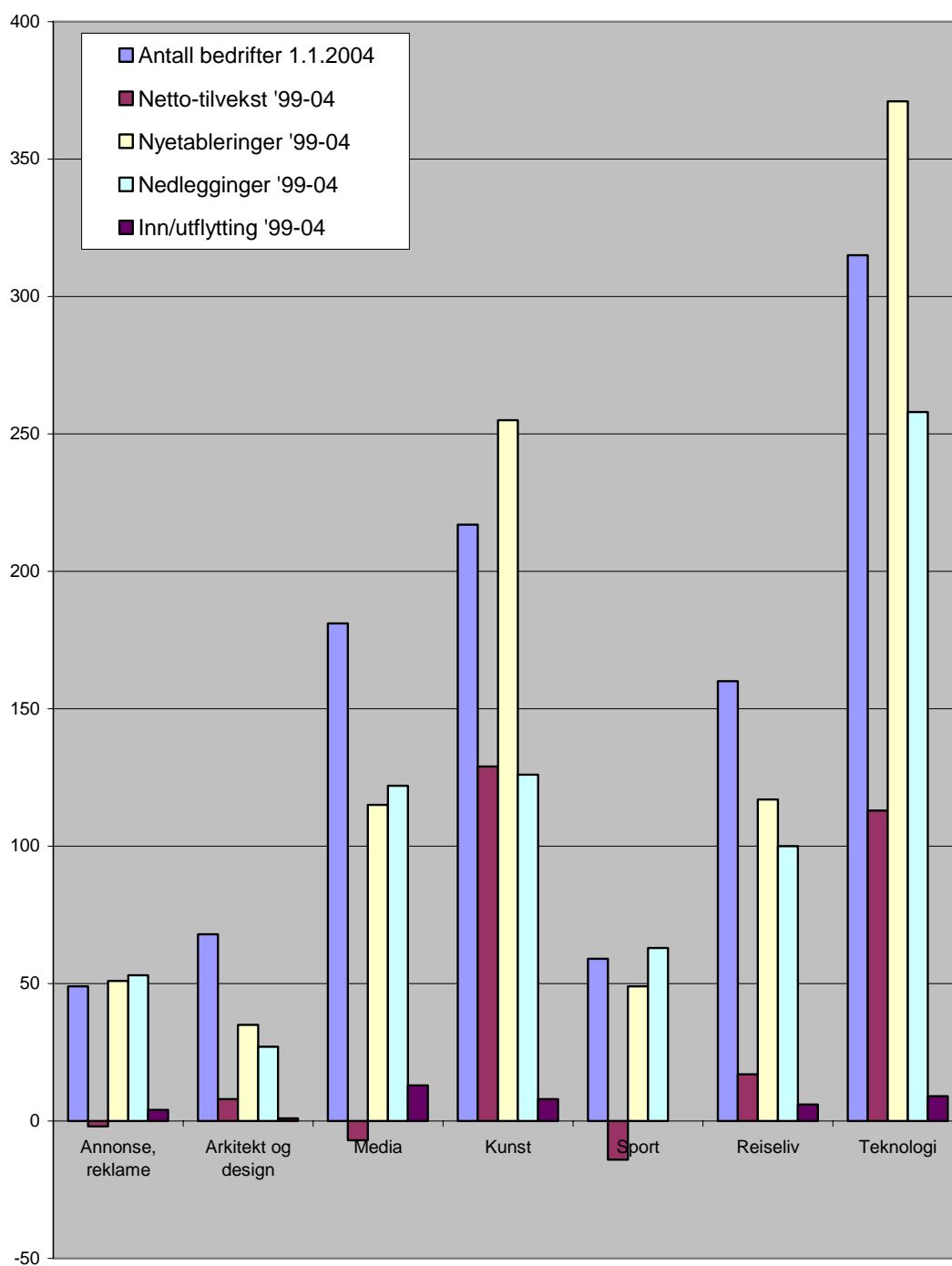
Tabell 4.2 *Nettotilgang (nyetableringer minus nedlagte) og -frekvenser av bedrifter 1999-2004. (Datakilde:BoF)*

	Nettotilgang i alt			Nettotilgang per 100 bedrift			Nettotilgang per 100/året		
	Fred.re g	Sarp.r eg	Nedre Glomma	Fred.r eg	Sarp.r eg	Nedre Glomma	Fred.re g	Sarp.re g	Nedre Glomma
Annonse, reklame	-2	0	-2	-6	0	-3	-1	0	-1
Arkitekt og design	8	4	12	30	50	34	6	10	7
Media	-7	-4	-11	-4	-4	-4	-1	-1	-1
Kunst	129	48	177	75	67	72	15	13	14
Sport	-14	-1	-15	-19	-2	-11	-4	0	-2
Reiseliv	17	1	18	12	1	7	2	0	1
Teknologi	113	63	176	39	42	40	8	8	8
TOTALT KK-næringene	244	111	355	26	21	24	5	4	5
Andre næringer	333	204	537	7	5	6	1	1	1

Dynamikk i bedriftspopulasjonen

En indikator for dynamiske regionale næringsmiljøer knyttes ofte til at man har en viss dynamikk i bedriftspopulasjonen. Det betyr at miljøets preges av vekst og fornyelse gjennom nyetableringer, og nedlegginger av bedrifter. Som det framgår av figuren under er det en betydelig dynamikk i KK-næringene i Fredrikstad, og særlig har dynamikken vært stor innenfor KK-næringene teknologi og kunst, som også har hatt den største tilveksten av nye bedrifter. Et annet generelt trekk er at alle KK-næringene i Fredrikstad-regionen (særlig media, kunst, teknologi, reiseliv) har netto-innflytting av bedrifter fra andre regioner. Det kan tyde på at Fredrikstadregionen har en viss attraksjonskraft for entreprenører og bedrifter innenfor Kultur og kreative næringer.

Figur 4.15 *Dynamikken i bedriftspopulasjonen for Kultur og kreative næringer i Fredrikstadregionen 1999-2004. (Datakilde:BoF).*



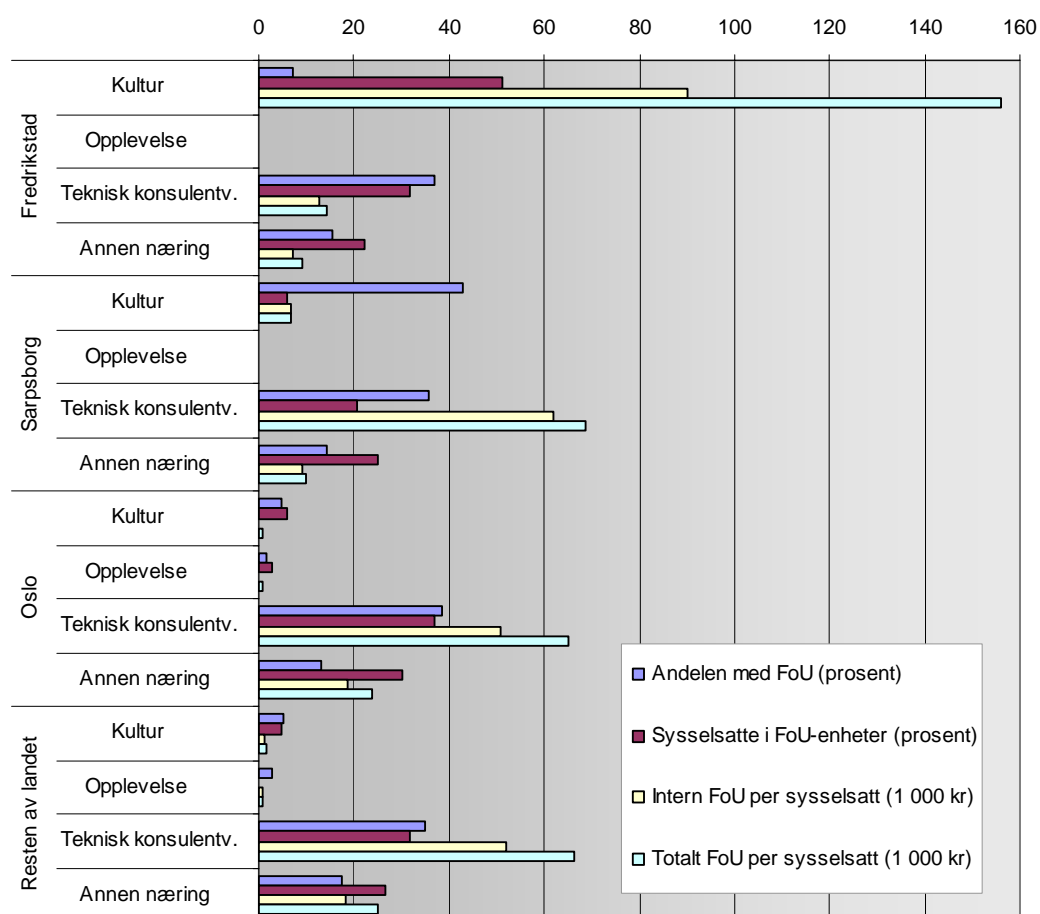
4.5 FoU og innovasjon

I figur 4.8 belyses FoU for KK-næringene¹⁸, og et par interessante trekk kommer fram. Næringslivet i Fredrikstad innen kulturnæringene bruker relativt mye på FoU. Siden det er relativt få enheter med FoU, men mye per sysselsatt og mange sysselsatte i FoU-enheter innen disse næringene, betyr det at det er noen få store enheter som står bak brorparten av FoU-innsatsen. Selv sammenlignet med Oslo og resten av landet fremstår denne delen av Fredrikstads næringsliv som relativt FoU-intensiv.

Nesten helt motsatt blir det når vi ser på teknisk konsulentvirksomhet. Her ligger Fredrikstad nederst blant de utvalgte regionene mht FoU-kroner per sysselsatt og sysselsatte i FoU-enheter, selv om andelen av bedriftene som har FoU er på høyde med de andre regionene. Dette er næringer som tradisjonelt har mye FoU, men det ser ut til at Fredrikstad mangler noen store enheter som kan bidra vesentlig til å forbedre totalbildet.

Det er også verdt å merke seg at FoU nærmest er fraværende i opplevelsesnæringene. Dette skyldes delvis at de er svært dårlig dekket i FoU-undersøkelsene, men også at det faktisk er svært lite FoU i næringene.

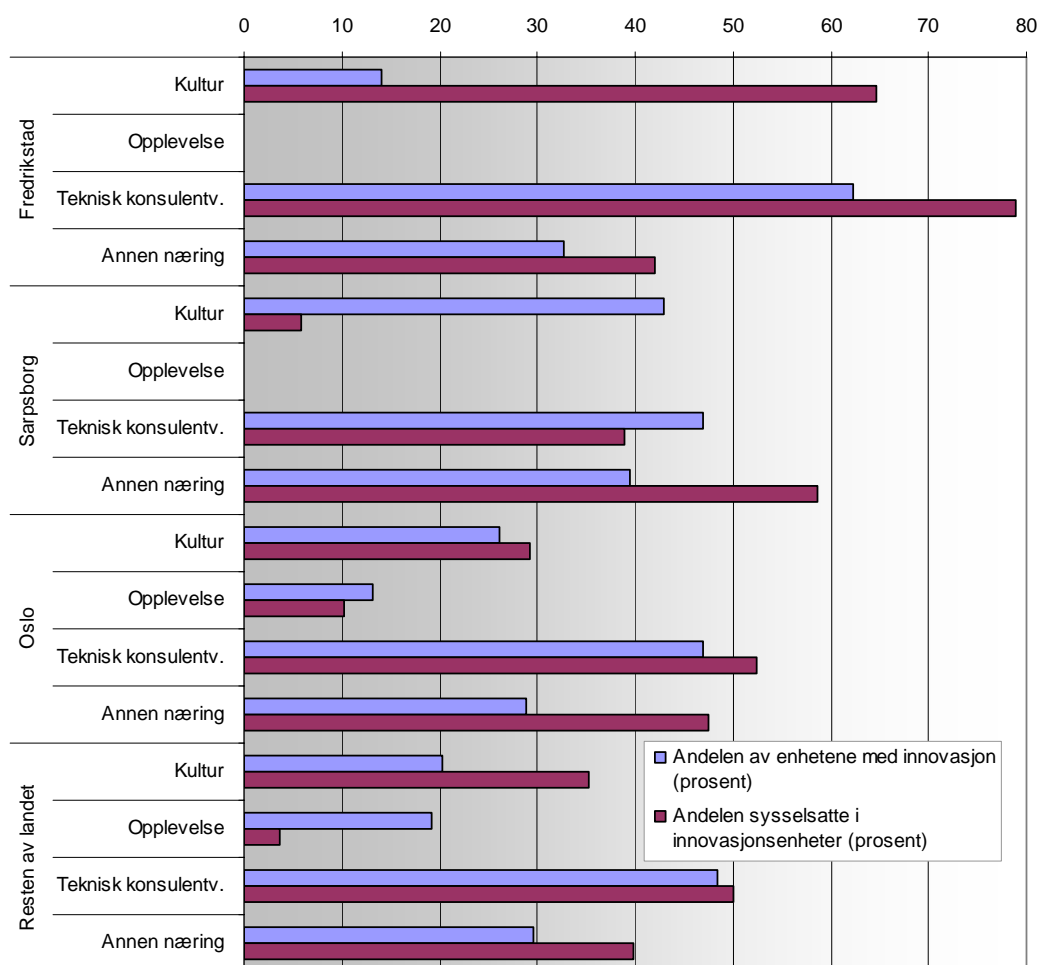
Figur 4.16 FoU-indikatorer for utvalgte regioner og næringsgrupper. 2001.



¹⁸ FoU-statistikken kan i liten grad splittes opp i flere næringer på dette nivået.

Også for innovasjonsdataene må vi splitte KK-næringene i fire næringer (se figur under). Her ser vi delvis det samme bildet som for FoU-aktivitetene. Noen få store enheter innen Fredrikstads kulturnæringer drar opp andelen sysselsatte i innovative enheter til å ligge godt over andre regioner. Imidlertid er teknisk konsulentvirksomhet også klart over resten av landet når det gjelder innovativ virksomhet. Dette gjelder både andelen med innovasjon og andelen sysselsatte i innovative enheter. Det er tydelig at lav FoU-innsats i disse næringene ikke er til hinder for å fremskaffe nye produkter eller prosesser.

Figur 4.17 *Innovasjonsindikatorer for utvalgte regioner og næringsgrupper. 2001.*



4.6 Utvalgte miljøer og ”vekstmotorer”

Som datagrunnlaget foran viser, har Fredrikstad som region noen særtrekk i.f.t. KK-næringene, og det er særlig teknisk konsulentvirksomhet inkl. design, media (TV, radio, musikk, film) og kunst (utøvende og håndverk) som viser en sterk økning i.f.t. landet og med høy lokaliserings-kvotient.

1. Teknisk konsulentvirksomhet inkl. (industri)design

Som underlaget foran viser, er en stor del av tekniske konsulentvirksomhet rettet inn mot bygg- og anleggsvirksomhet, og disse bransjene har de siste 5-7 årene opplevd en

formidabel aktivitet. Det har vært en periode med høykonjunktur som ser ut til å ha dannet grunnlaget for både nyetableringer og vekst som igjen har trukket med seg relaterte næringer innen privat tjenesteyting av ulik teknisk karakter. Det er naturlig å anta at denne næringen vil utvikle seg i takt med endringer i bygg- og anleggsbransjens oppdragsaktivitet innen et større geografisk markedsområde, men det er også planlagt flere større utbyggingsprosjekter i Nedre Glomma-regionen som vil kunne gi lokale markedsmuligheter.

Det er ikke identifisert noen spesielle samarbeidsfora som henvender seg til disse miljøene i Fredrikstadregionen, men unntak av at enkelte aktører deltar i Industriforeningens møter og andre igjen i Borg Plastnet og Fredrikstad Utvikling sine møteplasser. Undersøkelsen viser også at det er lav FoU-aktivitet i disse næringene, noe det er naturlig å anta henger sammen med at aktiviteten baseres seg i stor grad på levering av mer eller mindre standardiserte tjenester til et velfungerende marked selv om det periodevis er konjunkturbestemt.

Unntaket her vil være designrelatert virksomhet, men det ligger i bransjens natur at det jobbes med bl.a. løsnings- og konsept- og produktutvikling, og der kjernekompetansen handler om å håndtere formale problemstillinger som del av et helhetlig produkt produsert av andre, og at FoU-aktivitet dermed ikke eksplisitt registreres.

Fredrikstad har imidlertid en håndfull oppegående designmiljøer, og ett av Skandinavias største innen industridesign holder til her. Bedriften har opplevd en solid vekst som resultat av tett strategisk samarbeid med en IKT- relatert høyteknologibedrift men som pr. dato nærmest er radert fra kartet etter oppkjøp og utflagging.

Daglig leder av designvirksomheten referer til en samtale med tidligere leder av høyteknologibedriften der det ble påstått at designbedriften ikke ville vært der den er i dag hvis de ikke hadde hatt dem som oppdragsgiver. Til dette ble det svart at høyteknologibedriften ville heller ikke vært der den er i dag, om de ikke hadde samarbeidet med et profesjonelt designbyrå. (Nå hører det med til sammenhengen at designbyrået også leverer ca. 80 % tekniske tjenester som konstruksjonstjenester, prototypbygging, verktøyfremstilling og prøveproduksjon etc.)

Dette er et godt eksempel på tette samarbeidsrelasjoner der designfunksjonen ligger utenfor kjernevirksomheten til den som har behov for disse tjenestene, og i dette tilfelle et bevisst strategisk valg.

Et annet eksempel på strukturendringer i verdikjedesystemet finner vi i emballasjebransjen som har bygget ned sine designavdelinger (grafisk/konstruksjon) men der de samme designaktørene har startet egen virksomhet og dels betjener sin "gamle arbeidsgiver" ved å levere tjenester direkte til reklamebyråene som igjen plasserer oppdraget hos emballasjeprodusenten. Selv små virksomheter kan betjene de store så lenge leveringsbetingelsene og kompetanse er i tråd med behovet: (informant 1):

...vi har blitt større og fått kunder bl.a. i Orkla-systemet, hos Brynild-gruppen og Freia, Sætre og Nidar...

...det er en fordel for oss at emballasjeindustrien er i Østfold...

... vi leverer til reklamebyråer i Oslo, og noe her...

... vi tjener godt fordi vi er fokuserte og effektive, men må være på hugget hele tiden ...

...krakket i reklamebransjen for to-tre år siden resulterte i mange små enheter. Nå er det vanskeligere for dem...

Når det gjelder designtjenester til andre bransjer, for eksempel forlagene er situasjonen mer eller mindre uendret siden illustratører og grafiske designere leverte bidrag til bokomslag, rapporter etc. (informant 2):

... jeg har alle mine kunder i Oslo, men det hadde vært OK og hatt noen her/lokalt også ...

Selv om vi fortsatt har en del ferdigvareindustri igjen som har behov for designtjenester, kan dette utsagnet tjene som eksempel på dynamikken og den internasjonalserte økonomien som særlig preger eksportbedriftene (informant 3):

... vi kjøper designtjenestene i utlandet; de kan det europeiske markedet bedre.

Men selv om det satses på design som virkemiddel, er det enkelte "mørke skyer" i horisonten som kan komme til å påvirke betingelsene og internasjonalisering også for de som lever av å selge tjenester: (informant 4):

... Det blir færre og færre ferdigvarebedrifter i Norge; mange industridesignere må finne seg noe annet...

...de som produserer noe flytter ut av landet ...

... vi gjør mer og mer i Sverige og har et lite avdelingskontor der..

...mindre teknologi-idéer enn før ..

...vi har et mekanikk-miljø, ikke mekatronikk her i Fredrikstad...

Annonse-/reklame-aktører har også lange tradisjoner for å operere som selvstendige aktører. Her startet nedbyggingen (outsourcing) av bedriftenes egne "PR-avdelinger" mye tidligere (allerede på 60/70-tallet) enn det vi kjenner fra mange andre funksjoner i bedriftene. De har også lange tradisjoner for å samarbeide med "utøvende kunstnere" (illustratører, designere, fotografer, modeller etc.) Reklamebransjen har utviklet seg mer i retning av å arbeide mer strategisk gjennom merkevarebygging m.m., profilering, kommunikasjon som igjen har åpnet for økt spesialisering og utvidet nettverkssamarbeid (informant 5):

... de fleste av våre kunder er i Oslo-området ...

... vi samarbeider en del med lokale kunstnere og særlig fotografer...

... det er mange gode leverandører innen grafisk industri her ...

... vi skjønner ikke alltid hvorfor de lokale kundene ikke kan velge oss...

I denne sammenhengen er det ikke foretatt ytterligere undersøkelser av bransjen for å beskrive eller anslå utviklingspotensiale. Årsaken til dette er foruten det som er nevnt over også det faktum at den erfaringsmessig er svært segmentert og spesialisert, bl.a. inngår IKT-relatert tjenesteyting. Dette blir kommentert i eget avsnitt.

2. IKT-tjenesteyting

I denne næringen inngår for eksempel databehandling, teknisk konsulentvirksomhet og telekommunikasjon. Databehandling og telekommunikasjon er sterkt representert i.f.t. landet, og dette ser ut til å ha sammenheng med fremveksten av en rekke call-sentere i

regionen samt at for eksempel Telenor har opprettet et eget support-senter basert på outsourcing-avtaler med både store og små bedrifter i regionen.

Det er naturlig å se dette i sammenheng med beskrivelsen av Borg IKT-forum foran, der enkelte av de tjenesteytende virksomhetene er medlemmer. De er gjennomgående betydelig større i størrelse, både m.h.t. antall ansatte og omsetning, og flere informanter beskriver disse virksomhetene som enten leverandører av Microsoft-relaterte standard support-tjenester og til en viss grad programmerings- og supportavdelinger for større selskaper forankret i særlig Oslo-området. Informantene hevder også at mesteparten av oppdragsporteføljen er knyttet til en kundemasse utenfor regionen.

Som beskrevet under avsnittet om Borg IKT-forum foran, har man tidligere i liten grad lykkes å mobilisere medlemsmassen til felles satsinger for å utvikle bransjemiljøet lokalt. Dette viser også informantintervjuene som er foretatt eksplisitt i dette prosjektet

Styret har utarbeidet en handlingsplan for 2004. Handlingsplanen er kommet i stand etter lengre tids erfaring med lav deltagelse på medlemsmøtene og at de har slitt med å engasjere den totale medlemsmassen og for eksempel mobilisere medlemsbedriftene til å foreslå konkrete aktiviteter og prosjekter selv etter tilnærmingen til en konkretisering av utviklings-muligheter i kartleggingsprosjektet gjennomført i 2001/2002.

Det ble igangsatt et prosjekt primo 2004 for å se nærmere på hvordan innovasjons-prosessene i nettverket kunne forsterkes og konkretiseres, men dette arbeidet er ikke slutført enda. Det er planlagt lagt frem for styret i forumet etter påske (2005).

I tillegg til gjennomgangen av tidligere aktiviteter i Borg IKT-forum, er det i dette prosjektet gjennomført flere informantintervjuer av aktører i miljøet for å belyse status i dag. Her noen utsnitt fra denne runden:

(Informant 1):

...de små medlemsbedriftene må få øynene litt høyere og se på andre som samarbeidspartnere og ikke bare konkurrenter...

...de er sannsynligvis for små til å ha ressurser til å tenke langsiktig...

Vi må prøve å få til felles utviklingsprosjekter mot konkrete markedsmuligheter; det kan styrke samarbeidet

....de lokale markedsmulighetene representert ved det offentlige ser forbi oss når de kjøper tjenester...Fredrikstad Kommune kunne bruke oss mer ...

Det er ingen synlige næringspolitiske grep som bidrar til å utvikle de lokale aktørene...

(Informant 2):

... samhandling med andre er vanskelig her nede ..(Fredrikstad)...

... det er en ”jeg er best på alt-holdning”...

...det fremmer ikke samarbeid, og plutselig blir de konkurrenter etter kort tid ...

... vi har noen interessant samarbeidprosjekter med miljøer i Halden som kan bli stort...

(Informant 3):

...vi opplever sterk vekst innen vårt felt og vi har noe samarbeid regionalt mot både et lokalt, regionalt og internasjonalt marked ...

...har inntrykk av at Borg IKT-forum har blitt et såpekokemiljø; hva har kommet ut av det så langt ?...

... vi hadde en del samarbeid med høyskolen før, men nå har vi inntrykk av de prioriterer interne prosjekter ...

...vi har utviklet en demo-sak til offshore sammen med IFE i Halden, og det har muligens potensiale for kommersialisering, men den har blitt liggende en stund. Vi har ikke hatt kapasitet til å følge opp...

(Informant 4):

... det er lite miljø på teknologisk hardware; det er mest på programvaresiden ...

... som potensiell investor har jeg mange henvendelser utenfra, men det er ikke så mye interessant ...

...investorene ute er mer åpne, mer langsiktige og flinkere til å trekke inn industrielle investorer etter hvert...

...utvikling av software er mer interessant grunnet billige oppskaleringsmuligheter...

...vi må kunne utvikle bærekraftige skalérbare forretningsmodeller som er tilpasset et dynamisk marked...

...IKT-forumet ønsker ikke å møte hverandre; de vil møte kundene...

(Informant 5):

...sterkt fall i søkningen til IT-studiet ...

...inkubatorene er for passive i.f.t. idéinnhenting hos oss...

(Informant 6):

... En av medlemsbedriftene er blitt et godkjent FoU-miljø i.f.t. Skattefunn ...

...Vi har gjort mange forsøk på å engasjere på ulike måter gjennom forumet, men det er svak respons...

...vi trenger noen prosjekter som kan engasjere flere ...

...forumet må nok tenke mer strategisk og spisse oss inn mot bransjer...

...bransjemiljøet er for lite og fragmentert

...vi kan selge mer hvis for eksempel kommunen/sykehuset velger lokale leverandører ...

(Informant 7):

...vi små er mer innovative enn de store, men vi bør samarbeide ...

...vi trenger et lokalt lokomotiv som kan dra med oss små ...

...bedriftene i forumet er for små til å betjene de store kundene ...

...vi som jobber med teknologi må tenke mer kommersielt...

... mange av de store kundene har ledelsen i Oslo og beslutningene tas der..

Refleksjoner rundt innovasjonssystemet i IKT-miljøet

Sammenholder man IKT-forumets egne beskrivelser med de gjennomførte informantintervjuene, er det flere interessant utsagn som identifiserer helt klare problemstillinger i.f.t. å oppnå større grad av strategisk samarbeid som grunnlag for potensiell utvikling og vekst.

I motsetning til Halden-miljøet har ikke Fredrikstad noen ”motor” som naturlig kan drive eller trekke med seg andre, initiere FoU-resultater, representere et innovativt og noe mer homogent bransjemiljø eller representere ressurser – både kompetansemessige og finansielle – som kan representere et ”overskudd” for et lokalt bransjemiljø. Borg IKT-forum ser ut til i hovedsak å ha spilt rollen som møteplass for en svært heterogen medlemsmasse uten ressurser til å initiere samlende aktiviteter av strategisk betydning over tid. Det kan være flere årsaker til dette.

Som bl.a. erfaringene fra Reginn-prosjektet viser – og som både forumet og informanter fra bransjen selv uttrykker det, er det nødvendig med et sterkere moment m.h.t. ”... vi må være mer strategiske og spisse oss mot bransjer...”. Videre er det gitt klart uttrykk for en forståelse for at det må satses på ”..de utviklingsorienterte bedriftene som er villig til å satse på forsknings- og innovasjonsaktiviteter. Målet er å utvikle samarbeid mellom flere av disse bedriftene ved å foreta en systematisk analyse av kompetanse- og produkt-områder, utfordringer og muligheter..” som det heter i oppsummeringene fra kartleggingsprosjektet.

En av informantene hevder at det ikke er ”..noen synlige næringspolitiske grep som kan bidra til å utvikle de regionale aktørene..”, men dette virker noe urimelig sett i.f.t. at kommunen både har tatt initiativ til å etablere forumet samt finansiere en sekretariatsfunksjon over en 2-3 årsperiode. I tillegg har kommunen finansiert deler av et kartleggingsprosjekt rettet mot bransjen i 2001/02 og dette er ytterligere fulgt opp med et nytt initiativ fra kommunen i 2004. Her synes det mer naturlig å rette fokuset på det som ser ut til å være en manglende kompetanse på – eller finansielle ressurser til - en overordnet strategisk håndtering av et heterogent og fragmentert næringsmiljø med sikte på å identifisere innovasjonsprosesser og utviklingsprosjekter mellom naturlig samhandlende aktører. Så langt kan det se ut som enkeltaktører har ”funnet hverandre” i konkrete prosjekter, men omfanget er lite i.f.t. den tiden forumet har eksistert.

Forumets styre eller medlemmer ser ikke ut til å besitte, kunne avsette ressurser til og/eller initiere og finansiere en prosjekt-/prosesslederfunksjon som kan virke samlende for et visst minimum av bransjeaktører som igjen kan mobilisere fellesaktiviteter som kan gi vekst-muligheter.

Om man i likhet med vurderingen for næringsmiddelnettverket gjør en vurdering av de fem K’ene *kreativitet, kompetanse, kapital, kommunikasjon og kraft* som forutsetning for innovasjon, synes det å være grunnlag for følgende grove fremstilling:

Kreativitet:	lite teknologisk FoU i virksomhetene, mye "mee to"
Kompetanse:	spredt kompetanse på innovasjon og kommersialisering
Kapital:	Mangler kapital til fellesprosjekter Mange små bedrifter med svak finansieringsevne, men har "tid" Investorene kommer når de hører om/ser gode idéer med potensiale
Kommunikasjon:	Formalisert forum med aktivt styre og møteplass Ekstern markedsføring av forumet gjennom nytt magasin Mange "konger på haugen", er man "seg selv nok"?
Kraft:	Aktivt styre, men få "ildsjeler" som samler

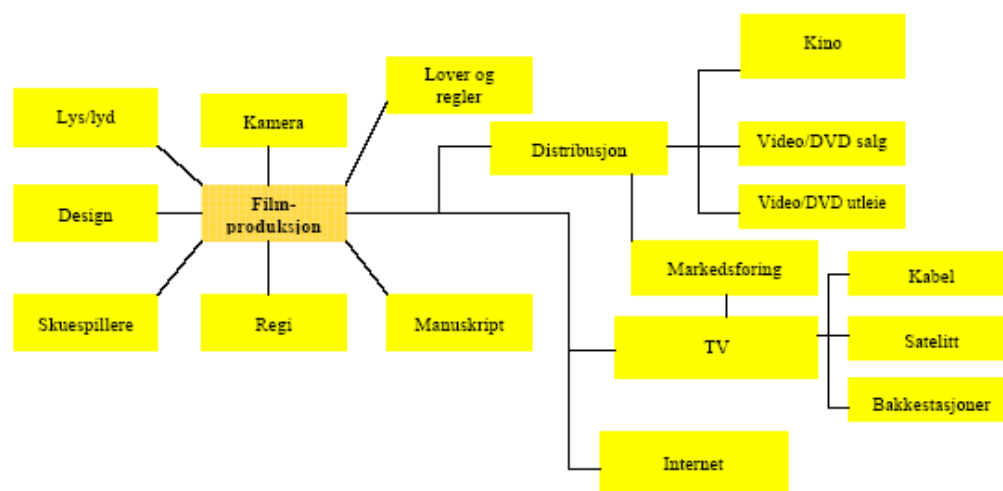
En naturlig oppfølging av en mer grundig vurdering av forholdene vil kunne fremgå av rapporten som er satt i gang av forumet selv (finansiert av kommunen) og som vil foreligge etter påske (2005).

3. Film/video/media

Med utgangspunkt i begrepet "kreative næringer" i.h.t. definisjonen i innledningen, er det basert på næringskoder (NACE) registrert i alt ca. 1050 foretak. Av disse er ca. 40 aktører innen film/video/foto og rundt 40 innen "musikk", 40 TV/radio og 170 aktører innen "utøvende kunst" som omfatter bl.a. artister, designere, musikere, sangere, oversettere, forfattere o.s.v. og som har relevans til næringsmiljøet film/vide/media (se figur under)

Det har i dette prosjektet vært foretatt en omfattende gjennomgang av disse listene både gjennom oppsøkende kontakt med enkeltaktører og interesseorganisasjoner (Medieparken/Parkvesenet o.a.) som "portaler" til deres nettverk samt ulike databaser i et forsøk på å identifisere aktive aktører. "Svinprosenten" er betydelig i den forstand at de kommersielle aktørene – de som har dette som levebrød - innenfor de ulike næringskodene er betydelig færre enn det det statistiske grunnlaget umiddelbart gir inntrykk av, men som også det statistiske grunnlaget viser, er veksten innen dette området sterk, og sterkere enn landet for øvrig.

I en skjematisk fremstilling (Haraldsen m fl 2004) av TV-/filmproduksjon vises aktørbildet på denne måten:



Figuren over er nyttig og nødvendig for å forstå det komplekse aktørbildet som må på plass for komplette verdiskapingsprosesser innen film/video-næringen. I slike nettverks- og prosjektbaserte verdiskapingsprosesser (verdiverksteder/Reve 2000) er det ikke uten videre nødvendig at et komplett aktørbilde er lokalisert innenfor snevre geografiske grenser, men noen sentrale elementer må være på plass som drivere av prosessene for at et næringsmiljø skal kunne utvikles.

Før prosjektet *Medieparken* ble startet var næringen preget av manglende samarbeid og relativt lav profil hvor enkeltbedriften sto i fokus, selv om enkeltaktører var synlige både lokalt, nasjonalt og internasjonalt.

Medieparken Fredrikstad – utviklingstrekk

Historien om Medieparken starter med et knippe ildsjeler som samler seg om en felles *visjon* – å gjøre Fredrikstad til en medieby. Utgangspunktet var en felles observasjon og refleksjon – Fredrikstad hadde en rekke medieaktører som hver for seg utgjorde et rikt landskap, men manglet en felles identitet som bandt sammen.

Medieparken startet som et prosjekt og en visjon om en sterk satsing på multimedia, med fokus på film, animasjon, spesialeffekter og reklame. Bak det hele stod enkeltpersoner forankret i det eksisterende aktørbildet med tillegg av personer som hadde flyttet tilbake til hjembyen Fredrikstad. En hovedtanke bak det hele var å få til samhandling mellom næringsliv, læringsliv og kultur/innholdsprodusenter og Fredrikstad Kommune kom tidlig på banen med økonomisk støtte til initiativet.

Medieparkprosjektet beskriver i starten av 2002 en rekke virksomheter i det eksisterende miljøet:

- Statens medieforvaltning
- Institutt for journalistikk
- Akademi for figurteater, høgsolen i Østfold
- Mediefag ved glemmen videregående skole
- Fredrikstad blad
- Demokraten
- NRK Østfold
- E6 medieverksted
- Karivold film
- Silvertone studios
- Animerte dager
- Zwart arbeid as
- Hyperlinkto as
- Netron as
- Emediate as
- Castingbyråer

Dette var utgangspunktet for å gå videre med satsingen. Oppstillingen over til høyre viser hovedsakelig til nyetablerte virksomheter, det er også disse som er de sentrale i utviklingen av Medieparken. Det hevdes at flere av de lokalt etablerte aktørene valgte å forholde seg relativt passive eller avventende i oppstartfasen.

Figur 4.18 *Oversikt over utviklingen av Medieparken.*

Tidspunkt	Aktivitet	Hovedaktører	Deltakere
2001	Ide og visjon om multimediesenter i Fredrikstad	Lars Petter Kjos, Stein Lillemoen, Harald Zwart / Veslemøy Ruud Zwart	
Sommeren 2001	Muligheten for et multimediesenter på Værsteområdet	Fredrikstad kommune	Zwart arbeid as, Værste as, Hyperlinkto as, Høgskolen i Østfold, Prewiev as, m fl
August 2001	Kartlegging av konkrete muligheter for filmproduksjon på Værste	Fredrikstad kommune	Zwart arbeid as, Værste as, Animerte dager, Fredrikstad utvikling, m fl
Sommeren/høsten 2001	To reklamefilmer for internasjonale byråer produsert lokalt	Zwart arbeid as	
September 2001	Kartlegging av muligheter og utfordringer for en filmpark på Værste med tilknyttet produksjonsfond	Fredrikstad kommune	Prewiev as
November 2001	Søknad om midler til medieprosjekt sendt ØBO	Fredrikstad kommune	
Desember 2001	Søknad ØBO godkjent (250') Formannskapet i kommunen bevilger tilsvarende sum til prosjektet (250')	Østfold Byoffensiv, Fredrikstad kommune	
2002	Work-shop om medieparkens innhold Videreutvikling av forretningsplan Nettverksbygging	Medieparken	
2003	Tilsagn om midler til etablering av kunnskapspark/inkubator	SIVA, Østfold fylkeskommune	
2002/2003	Rådgivning til oppstart og revitalisering av virksomhet/aktiviteter	Medieparken	Mechanix Fredrikstad Animation Festival
Våren 2003	Utvikling av innhold i xMP-utdanningen	Institutt for journalistikk	
Sommeren 2003	Primære satsningsområder avklart	Medieparken	
Høsten 2003 / våren 2004	Etablering av Medieparken AS Etablering av XMP/DMP Etablering av Mediesmia AS Parkvesenet Etablering av Fredrikstad Film Commission	Medieparken Medieparken / IJ / HIØ Værste AS Medieparken Medieparken	

Prosjektet har arbeidet med nettverksbygging, og har blant annet gjennom workshops og *Parkvesenet* utviklet møteplasser for sosial og faglig utveksling for næringen og andre interesserte.

Det er i store deler av prosjektperioden arbeidet med å legge til rette for å bygge infrastruktur som støtter oppunder miljøets behov.

For å understøtte ble det lansert fem tiltak som skulle utvikles videre:

- Medieparken AS tiltenkt som en av fem kunnskapsparker i fylket, og vil drive inkubatorvirksomhet.
- Ny utdanning - xMP AS (senere DMP: digital medieproduksjon) med produsentutdanning. Institutt for Journalistikk ferdigstiller forslag til studievinkling september 2003.
- Nytt studio, event og undervisningsmiljø – Mediesmia AS er eiendomsselskapet i mediebyen.
- Nettverk/arena – Parkvesenet er nettverksorganisasjonen som videreføres og -utvikles som faglig kontaktpunkt og arena for det kryssmediale fellesskapet i Fredrikstad.
- Filmkommisjon - Fredrikstad Film Commission skal utvikles fra å fasilitere medieproduksjoner i regionen til ordninger for toppfinansiering av produksjoner.

Av disse er fire tiltak rettet inn mot støtte til utviklingen av bedriftene og miljøet, mens Parkvesenet utvikles som kunnskapsarena som skaper relasjoner mellom bedriftene.

Det var dermed lagt tilrette for en utvikling av miljøet i retning av en spesialisert bransjekonsentrasjon, med innovative elementer i seg. Realisering av prosjektets satsinger tilsier at de støttende fellesinstitusjonene kommer på plass.

Den gjenværende, og største, utfordringen blir da å etablere de nødvendige koblinger, nettverk og relasjoner mellom bedriftene. I dette ligger at det er et stort behov for å engasjere bedriftene utenfor kjernemiljøet i utviklingen av miljøet, det vil i stor grad innebære de eldre og etablerte bedriftene i regionen.

På kort tid er måter å utvikle næringen på blitt konseptualisert gjennom prosjektet.

Prosjektet og det generelle fokuset på mediebransjen har resultert i flere avisoppslag lokalt og nasjonalt, og alle oppslag som er funnet i forstudien er vinklet positivt for regionen. Dette bidrar til å bygge oppunder regionen som et positivt vekstområde innen dette feltet.

Innovasjonssystemet Mediemiljøet i Fredrikstad

Som beskrevet omfatter miljøet aktører og fokusområder som er aktuelle innenfor et innovasjonssystem:

- Utdanning (Høyskolen i Østfold, Institutt for journalistikk, Glemmen vgs m.fl.)
- FoU-miljø (Institutt for Journalistikk)
- Infrastruktur (ute-anlegg, studio, teknisk utstyr, kinoer o.s.v.)
- Kommersialisering (filmfond)
- Bedriftsetableringer (inkubatorfunksjon)
- Sentrale næringsaktører
- Andre relaterte aktører (møteplassen/arenaen Parkvesenet)

Filmmiljøet domineres av Zwart arbeid A/S som hovedsakelig arbeider med reklamefilm og spillefilm, og Karivold film A/S som arbeider med dokumentarfilm. Begge bedriftene har et godt utbygd nasjonalt og internasjonalt nettverk innenfor sine områder, og klarer å

finansiere prosjektene sine gjennom privat eller offentlig støtte (bl a EU-midler). Utover disse, og NRK Østfold, ser filmmiljøet ut til å være av mindre skala, men som en av informantene hevder: (informant 11): ”... vi må vite mer om hvem som gjør hva for å bli effektive, men vi har et minst like aktivt miljø her som andre steder ...”

Det er et stort og kvalitativt godt lydmiljø med bl a FMV Studio, Silver Tone Studio, Fredrikstad Lydstudio, Green Room AS, Svein Gundersen, Audiovisjon, Stefan Groth, Haugetun Lydstudio, Magnus Grønneberg, Airplay Production og Steel Production. I tillegg kommer NRK Østfold, Radio Fredrikstad og nyetableringen Kanal24.

Innenfor design og reklame er det enkelte større bedrifter som Kritthuset, Griff Kommunikasjon og Scanpartner og tilsvarende antall mindre, men disse aktørene ser ut til å ha lite engasjement i forhold til Medieparken. I animasjonsmiljøet er det registrert få bedrifter, og få personer relatert til dette i hver bedrift. Det har vært et aktivt miljø rundt Fredrikstad Animation Festival og E6 Medieverksted men den finansielle situasjonen for disse er for tiden noe uklar.

Relaterte aktører

Andre medierelaterte aktører er Statens medieforvaltning, lokalavisene Fredrikstad Blad og Demokraten samt Fredrikstad kino.

Velviljen fra lokale myndigheter må fortsatt være tilstede, da et av de største hindre for produksjon av film er byråkrati og manglende samarbeid for å organisere filminnspillinger på en god måte (eksempelvis stenging av gater under filminnspilling). Her er det viktig med en god *kommunikasjon* gjennom hyppig dialog og langsiktig samarbeid.

Endring av Medieparkens funksjon

I løpet av 2004 omdannes Medieparken som prosjekt til Medieparken A/S. Mot slutten av 2004 skjer det en endring i det ”forretningsmessige fokuset” som innebærer at funksjonen som ”paraply-organisasjon” for et bredt næringsmiljø begrenses i betydelig grad. Flere av aktørene har oppfattet Medieparken som ”navet” i et film/video/media-relatert bransjemiljø med formålet å betjene det totale miljøets ulike interesser og utvikling av et ”klynge-miljø”.

Som en av informantene uttrykker det: ”... nå har Medieparken utviklet seg til å bli en konkurrent til oss” Informanten henviser samtidig til andres utsagn om ”... også andre lurer på hva som skjer nå; vi får ikke så mye informasjon ...” Når slike utsagn kommer fra en sentral aktør i miljøet kan det være grunn til å se nærmere på hva som ligger bak en slik formulering. Dette ligger imidlertid utenfor dette prosjektets rammer og mandat til å følge opp dette mot flere aktører for avklaring av omfang.

Parkvesenets funksjon. Parkvesenet ble etablert tidlig som både den virtuelle og fysiske møteplassen for medierelatert virksomhet i Fredrikstad. De har gjennomført flere fag- og temasamlinger, men oppslutningen har i likhet med erfaringene fra øvrige nettverk ”dabbet av” i den senere tid, noe som forklares med avslutningen av en engasjementstilling delvis betalt av kommunen og der denne personen hadde som en deloppgave å ha ansvar for Parkvesenet.

Det er imidlertid nylig etablert prosjektaktiviteter som skal avklare – og eventuelt vitalisere - *Parkvesenets* funksjon som nettverksbygger og ”*støttende fellesinstitusjon*” (en av flere). Dette prosjektet er finansiert av kommunen. Som nåværende prosjektleder uttrykker det (informant 12): ”.. vi trenger å vite mer om hvem som gjør hva i miljøet vårt slik at vi kan engasjere oss på en annen måte...”:

”... vi har kort tid på oss for å få på plass en fungerende møteplass..”Det er behov for informasjon og kartlegging av samtlige bedrifter som anses å være innenfor og relatert til satsingsområdene. Basisinformasjonen er ikke tilstrekkelig, særlig gjelder dette relaterte næringer/bedrifter.

Oppsummering

Initiativtagerne til Medieparken har på kort tid evnet å synliggjøre og plassere film-/medie-relatert virksomhet på den næringspolitiske agendaen. Dette har de lyktes med gjennom et engasjert og systematisk arbeid på mange felt mot mange aktører og etter prinsipper for etablering av et *innovasjonssystem*. *Kraften og kreativiteten* har vært betydelig; få miljøer – om noen – kan vise til en slik evne til tydeliggjøring av en samlende visjon, skape involvering (særlig fra de unge og nyetablerte), kommunikasjon, markedsføring og fremdrift. Initiativet og prosjektet har på mange måter representert et godt eksempel på en tenking som er helt i tråd med nyere innovasjonsteori.

Et konkret eksempel på prosjektets satsinger har ført til at støttende fellesinstitusjonene er på plass representert ved Høyskolen i Østfold og DMP-utdanningen. Dette er et viktig *kompetanse*-element med antatt stor betydning.

Rammebetingelsene rundt satsingen ser fortsatt ut til å være positive, men dette krever videre innsats fra aktørenes side, og der Parkvesenet synes å måtte ta en særlig rolle.

Når Medieparken har endret sitt strategiske innhold og blitt en kommersiell aktør i eventuell konkurranse med andre, vil slikt sett Parkvesenets evne til å fylle funksjonen som visjonsbygger (kreativitet og kraft) for et relatert bransje- og næringsmiljø bli særlig viktig dersom hensikten er å videreutvikle et sannsynlig vekstkraftig og bredt sammensatt bransje-miljø. For Parkvesenet blir det da viktig å kunne synliggjøre den *kompetanse* som finnes lokalt og i relaterte nettverk slik at effektive verdikjeder, innovasjons- og verdiskapings-prosesser kan initieres.

En særlig utfordringen blir å etablere de nødvendige koblinger, nettverk og relasjoner mellom et større antall aktører. I dette ligger at det er et stort behov for å engasjere bedriftene utenfor kjernemiljøet (Medieparken) i utviklingen av bransjemiljøet totalt sett, det vil i stor grad innebære de eldre og etablerte bedriftene i regionen. Bedriftene utenfor kjernedeltakerne er avventende, men positive til satsingen. Det er gjennomgående tro på at økt aktivitet og et større miljø er til gode for bedriften, men konkrete gevinster/muligheter er få i øyeblikket.

De etablerte mediebedriftene må engasjeres sterkere i utvikling og beslutningsprosesser.

Aktørene i Fredrikstad må være forberedt og villig til å bruke lang tid på å etablere et samarbeidsmiljø. Langsiktig finansiering både av nettverksbyggende fellesfunksjoner – og særlig en kompetent fasiliteringsfunksjon som faglig bidragsyter og bærer av en felles visjon – er helt nødvendig for å lykkes.

I tillegg vil alltid midler til utviklingsprosjekter – enten det er filmfond eller andre midler – konkretisere og aksellerere aktuelle samarbeids- og innovasjonsprosesser. Dette vil også være et naturlig samarbeidsområde.

4. Kultur- og opplevelsesnæringene

Denne sektoren omfatter ”utøvende kunstnere”, reiselivs- og turisme-aktører, restauranter og hoteller, museer, atelierer, teater- og revy-aktører og festivalarrangører for å nevne de viktigste.

I denne sammenhengen har vi valgt ut noen næringer som har formaliserte virksomheter representert ved for eksempel Opplev Fredrikstad, Østfold Teater, Østfold Kunstnersenter, Månefestivalen og Månen Musikkelskap, Fredrikstad Museum, Kulturværste som gjennom dette arbeidet også har vist seg å ha tette relasjoner til bl.a. aktørene rundt Medieparken som beskrevet over. De mer etablerte aktørene har vært benyttet som ”portaler” inn mot bransjemiljøene og som informanter for å beskrive muligheter og utfordringer i det miljøet de representerer..

Reiseliv og turisme

Opplev Fredrikstad AS er et selskap som skal utvikle, markedsføre og selge Fredrikstad som reisemål og handelsby. Selskapet ble stiftet i november 2003 og har pr i dag 3 ansatte og driver turistkontoret i gamlebyen, gjestehavna på brygga i sentrum og har kontor i sentrum som også er åpent for publikum i sommermånedene. Opplev Fredrikstad A/S er eid av hhv Fredrikstad kommune, handelsnæringen i sentrum og de største reiselivsaktørene i Fredrikstad. Selskapet er organisert i følgende avdelinger; turistkontor, gjestehavn, incomingavdeling og prosjektavdeling. Daglig leder for Opplev Fredrikstad AS er Ann-Jorid Pedersen.

Det relativt nyetablerte opplev Fredrikstad har markert seg som et meget aktivt organ både m.h.t. til å profilere det man har i Fredrikstad i dag og ikke minst det man ”bør ha” i Fredrikstad for at byen skal fremstå som en attraktiv destinasjon både m.h.t. privat turisme og bedrifts- og konferansemarkedet . Opplev Fredrikstad er aktivt med i reiselivs- og turismerelatert virksomhet m.h.t. og representerer slikt sett en sentral næringsaktør og premiss-leverandør for utvikling av kulturtilbud. Opplev Fredrikstad er opptatt av helheten og har klare vekstambisjoner på vegne av Fredrikstad-samfunnet. I kraft av sin markeds-føringsfunksjon – som skal selge ”Fredrikstad-produktet - er man naturlig nok opptatt av produktporteføljen sett i forhold til de ulike markedssegmentene.

Opplev Fredrikstad jobber tett opp mot bl.a. Fredrikstad Utvikling, Medieparken, ulike kulturaktører og andre som er opptatt av og utvikler ”innholdselementer” som mulige produkter Opplev Fredrikstad kan markedsføre. De driver også en viss grad av ”egen-produksjon” av tilbud i form av ulike prosjekter , kanskje særlig rettet mot bedriftsmarkedet.

Det vil alltid være delte meninger om det bestående er godt nok til å profilere Fredrikstad som et attraktivt sted der man samarbeider om å utvikle tilbudene, men det er uttrykt fra en av informantene at ... vi trenger en overordnet plan for kultur- og byutvikling med fornyet innhold...

Opplev Fredrikstad har så langt vært preget av stor *kraft* og *kreativitet* både i.f.t. gjennomføring, meningsutveksling og prosjektutvikling, sannsynligvis basert på formell og reell *kompetanse* utviklet og hentet fra erfaringer andre steder. Det er god og tett *kommunikasjon* mellom Opplev Fredrikstad og alle andre relevante aktører og det deltas på aktuelle møteplasser i regi av andre der dette er nødvendig og hensiktsmessig. Det er imidlertid her som i de andre miljøene som er kontaktet; det er heller ikke *kapital* til å realisere alle prosjektidéer i porteføljen.

Utøvende kunst

I denne gruppen finner vi bl.a. kunstnere, musikere, sangere, skuespillere, designere (grafisk), artister og gallerier. Med unntak av galleriene o.t. er dette stort sett enkeltmannsforetak/ selvstendige næringsdrivende og en meget heterogen gruppe uten spesielle møteplasser lokalt enn for dem som er relatert til Østfold Kunstnersenter eller for eksempel St. Croix-huset og til en viss grad den senere tid; Medieparken.

Særlig Østfold Kunstnersenter, som er et serviceorgan for kunstnere, må beskrives nærmere idet det organiserer ca. 110 medlemmer hvorav 80 % er fra Fredrikstad. Senteret driver også et galleri for samtidskunst. Senteret er finansiert av stat, fylke og kommune og har to ansatte. Østfold Kunstnersenter har aktiviteter i.f.t. formidlingsvirksomhet fra Vederlagsfondet (24-30 mill.) for offentlig utsmykning som ofte er knyttet til oppdragsbaserte. I tillegg samarbeides det med kommune og fylke om prosjekter i skolen, både i.f.t. lærere og elever. Senteret har hatt planer om mer utadrettet virksomhet, bl.a.

Fredrikstad har opplevd en kraftig vekst innen denne bransjen, og dette synes å ha sammenheng med bl.a. (informant 1):

... Mange flytter hit pga. at det skjer noe her og prisene er lavere på bolig/atelier..." men "...det er imidlertid høy gjennomsnittsalder (50 +).

... Det interessante er imidlertid at besøkstallene stiger i galleriene og det er de yngre som handler...

Som utøvende kunstner kan man leve av grafikk, men det er verre med de andre...

Senteret har greid å øke aktivitetsnivået på utstillingssiden fra 3 til ca. 8/10 utstillinger pr. år, det er lagt ned mye arbeid i planer om åpne en kafé for å skape en møteplass som flere har etterlyst, men dette har stoppet opp grunnet finansieringsutfordringer. Grunnet begrensede markedsressurser (*kompetanse*) har idéer om større innsats for å få til finansiering og samarbeid med næringslivet heller ikke lyktes i særlig grad. Aktive enkeltaktører (*kraft og kreativitet*) har idéer til samarbeid med både offentlige og private aktører og (informant 2) mener:

...kunstnere kan befrukte for eksempel byggebransjen til å tenke nytt...

...mange designere og arkitekter henter inspirasjon hos oss ...

Oppsummert kan miljøet rundt Østfold Kunstnersenter sies å ha ressurser innen *kreativitet* og *kraft*, og gjennom særlig utstillinger og prosjekter og oppdrag også noe på *kommunikasjon*. Dette synes å være knyttet opp mot oppdragsmulighetene- som representerer *kapital* – men tilgangen på dette ellers ser ut til å hemme utvikling av aktiviteter utover de mer etablerte samarbeidsformene i bransjemiljøet. Når det gjelder *kommunikasjon* ellers, kan senteret kanskje "blåse støv" av de gamle planene om å etablere en kafé og organisere møteplassen der temaene forslagsvis kan være å konkretisere de samarbeidsmulighetene de ser er mulig med andre.

Kultur

Fredrikstad har opplevd en vekst også innen dette feltet, representert ved revyer, teateroppstillinger, konserter med innslag både av lokale og nasjonale aktører. Flere større arrangementer er under planlegging. I.f.t. reiseliv og turisme, er dette feltet av særlig interesse for å kunne markedsføre og tilby innholdselementer til de ulike brukergrupper disse aktørene retter seg mot. Som en av aktørene innen reiseliv og turisme uttrykker det (informant 1):

...det er blitt bredere og bedre, men fortsatt lokalt og litt amatørmessig...

... det produseres mye i.f.t. andre steder ...

... økt mangfold og samhandling, men fortsatt utviklingspotensiale i.f.t. profesjonalitet

... markedet er veldig lokalt ...

... vi mangler en scene ...

Som andre byer har også Fredrikstad lokale aktører som både skriver og setter opp teaterstykker. Fredrikstad Barne- og ungdomsteater er veldrevet og aktive og har mange tilsluttede medlemmer. Månefestivalen er i ferd med å etablere seg som en betydelig aktør innen festivalmarkedet og henvender seg til et nasjonalt publikum. Kulturtværste – med tilhørighet til Medieparken – er en relativt nyetablert konstallasjon med ”gamle aktører” som også setter sitt preg på kulturtilbudet.

Som et bilde både på utviklingstrekk og enkelte utfordringer innen dette sektoren kan (informant 2) utsagn tjene som eksempel:

...vi får flere henvendelser enn vi greier å håndtere ...

...finkultur og seriøst teater har magre kår her i byen ...

...det er blitt veldig nisje-orientert ...

...vi må skape noe lokalt som får oppmerksomhet nasjonalt...

Medieparken ser ut til også ha greid å tilby flere av aktørene innen dette feltet et ”sted å være” når det gjelder samarbeidsprosjekter innen feltet. Det er imidlertid ikke registrert noen formaliserte møteplasser eller ”felles *kraft*” for miljøet, og er nok mer basert på uformelle og/eller ”lukkede” nettverk. Et interessant innslag med relevans for dette feltet er Høyskolen i Østfolds avdeling Akademi for scenekunst (*kompetanse*). Aktører herfra er i økende grad blitt integrert i ulike events og markeringer initiert lokalt. Både Opplev Fredrikstad og Fredrikstad Utvikling er opptatt av disse elementene videreutvikles som bidrag til å skape en innholdsrik by med tilbud både til fastboende og tilreisende. Det er med på å skape attraksjonskraft. Opplev Fredrikstad vil også kunne representere både en markedsmulighet og til dels et indirekte markedsføringsorgan for flere av aktørene. Infrastrukturmessig mangler Fredrikstad et skikkelig tilbud m.h.t. både kapasitet og kvalitet på scene-fasiliteter, men det foreligger planer for eventuell realisering i relativt nær fremtid. I mellomtiden realiseres en midlertidig scene til bruk i sommerhalvåret i løpet av våren 2005.

4.7 Oppsummering

I denne andre delen av notatet har vi sett spesielt på kultur og kreative næringer i Fredrikstadområdet. Samlet består disse næringene direkte av 1050 bedrifter og 3500 ansatte (2005). Dette er med andre ord en betydelig ”næringsklynge” som er større enn de store industribransjene (næringsmiddel, teknologi) som ofte har vært i søkelyset. Innenfor kultur og kreative næringer er Fredrikstad spesialisert innen media, kunst, musikk, restaurant, teknisk konsulent og design. Flere av disse næringene har hatt betydelig vekst og gitt en netto tilvekst på 520 arbeidsplasser i Fredrikstad de senere årene (+17% 1998-2005). Dette er næringer som i følge annen forskning gir ringvirkninger for innovasjon og omsetning i andre næringer, og har betydning for byers identitet og attraktivitet som bo-, arbeidsted og opplevelsested. Det er grunn til å tro at en del slike effekter også har gjort seg gjeldende i Fredrikstad uten at vi har kunnet undersøke i hvilken grad og på hvilken måte i dette prosjektet.

KK-næringene har hatt en noe høyere veksttakt (1998-2005) enn det øvrige næringslivet i Fredrikstad de senere årene, og særlig har veksten innenfor media, IKT og kunst vært

sterk. Mye av veksten og nyskapingen har kommet gjennom nyetableringer. Disse næringene har ellers hatt en sterkere bedriftsdynamikk og etableringsfrekvens enn det øvrige næringslivet i Fredrikstad. Når det gjelder FoU og innovasjon i etablerte bedrifter er situasjonen varierende for KK-næringene. Generelt framstår kulturnæringene med en relativt høy FoU-innsats og høy andel innovasjon (knyttet til noen få store enheter), teknisk konsulent/design har lav FoU-innsats med høy innovasjonsintensitet, mens opplevelsenæringene har veldig lav FoU- og innovasjonsintensitet. Når det gjelder lønnsomhet og økonomisk utvikling i KK-næringene har den vært litt svakere i Fredrikstad enn på landsbasis de siste årene, dvs. litt dårligere driftsmargin, svakere utvikling i omsetning og verdiskapning, mens rentabiliteten ligger omtrent som på landsbasis. Disse forskjellene er på ingen måte dramatiske, selv om KK-næringene i Fredrikstad muligens har et forbedringspotensial.

Det er dokumentert at media, teknologi/design og kunst har hatt vekst- og utviklingsevne i Fredrikstad de senere årene. I direkte sysselsetting har KK-næringene gitt mange nye arbeidsplasser. Indirekte har de også betydning ved at de er næringer som har betydning for utvikling og innovasjon i andre næringer (innsatsfaktor m.m.). Det er grunn til å anta at KK-næringene også i noen grad har betydning for Fredrikstads kvalitet og attraktivitet, dvs. som bosted, opplevelsested, nærings- og investeringsområde. Utviklingen i noen av disse næringene har opplagt bidratt til å sette Fredrikstad tydeligere på kartet i nasjonale media, og bidratt lokalt til økt interessen for byutviklingen og –kvaliteter av betydning for lokale levekår, tilhørighet og identitet. Internasjonal litteratur på feltet viser til at KK-næringene ofte har langt større positive økonomiske og sosiale ringvirkninger i en region enn bare det som er knyttet direkte til næringsvirksomheten og sysselsettingen innenfor KK-næringene i seg selv. Innenfor dette prosjektets rammer har vi ikke hatt mulighet til å undersøke slike ringvirkninger systematisk eller i særlig detalj.

Det er grunn til å anta at KK-næringenes verdiskapingspotensialer fortsatt ikke er fullt utnyttet i regionen, og at man har vekst- og utviklingsmuligheter framover. I forhold til et strategisk utviklingsarbeid er det også grunn til å understreke igjen at dynamiske KK-næringer ofte har viktige tilleggsfunksjoner i forhold til å styrke steders attraktivitet som bosteder og næringsmiljøer, dvs. foruten å bedre service- og opplevelsetilbudet til den lokale befolkningen, bidrar det også ofte til å øke tiltrekningskraften på unge mennesker, kompetente arbeidstakere, entreprenører og investeringskapital. Samlet styrker det den lokale og regionale utviklingsevnen og utviklingen i vid forstand.

Tilgang på aktører utenfra regionen (selv om noen av dem er født og oppvokst her) i samarbeid med etablerte personer lokalt i KK-næringene og kommunen, synes å ha vært en god kombinasjon av kunnskapspåfyll, drivkrefter, nye ambisjoner og evnen til å se muligheter. Få samarbeidskonstellasjoner – nå som nettverk – kan vise til så mange resultater på så kort tid. Nå kom ikke disse aktørene til ”utbrent jord”; Fredrikstad har et stort mangfold og mange andre aktører innen KK-relaterte virksomheter som også det statistiske grunnlaget viser. Det er fortsatt et stort potensiale for samarbeid mellom de ulike sektorene, som vi i dette arbeidet ikke kan se har nådd sitt endelige potensiale. Det er å håpe på at de arbeidsprinsipper vi har sett for etableringen av Medieparken kan opprettholdes også i det videre arbeidet. Sett i forhold til definisjonen av et innovasjonssystem er det ikke mye som har manglet.

Dette representerer en helt klar mulighet om man evner å opprettholde og forsterke samarbeidet, men etter vår oppfatning under enkelte forutsetninger:

- (1) Medieparken som begrep og rolle synes noe uavklart og underkommunisert i.f.t. tidligere ambisjoner og planer. Medieparken som A/S ser ut til å ha fått en funksjon som mer er å betrakte som en kommersiell aktør på linje med andre aktører

-
- (2) Parkvesenet – som en tidligere del av prosjekt Medieparken – må gis muligheter til både finansielt og kompetansemessig å videreutvikle allerede oppnådd nettverk og ressurser til et mer operativt nivå for å styrke samarbeidsgrunnlaget både blant de nye og de etablerte aktørene. Parkvesenet må ha som ambisjon å fungere som ”paraply” for et bredt KK-miljø. Her antas tidsvinduet å være relativt kort.
 - (3) Finansiering – enten som filmfond eller annet – må på plass om næringens potensiale skal ha mulighet for å utvikle seg.

Også innenfor KK-næringene har kommunen spilt en aktiv – og sannsynligvis avgjørende – rolle for finansiering av nettverksetablering. Det kan synes som rollen har vært noe annerledes her enn i de nettverkene som er beskrevet foran, men kommunen synes å være raskt på banen uansett hvor initiativet kommer fra. Kommunen vil fortsatt måtte være en viktig bidragsyter, både finansielt og ved generell tilrettlegging på andre felt.

KK-næringene synes også å være preget av mange ildsjeler som ”vil noe”, men rent generelt synes det å være en del uforløst som kan utnyttes bedre ved å etablere møteplasser som kan styrke kommunikasjon og ta vare på *kreativiteten* og *kraften*.

5 Sammenfattende konklusjoner

Utifra et generell nærings- og innovasjonspolitisk perspektiv vil følgende elementer være relevante for næringspolitikk og -strategi i Fredrikstadregionen:

- satsing på næringer og klynger der man har styrker og fortrinn,
- satsing på nye og gryende næringer og klynger der man har unike ressurser eller spesielle potensialer,
- styrk satsingen på kultur og kreative næringer, der har man visse potensialer samtidig som det skaper økt attraktivitet,
- synliggjør spesifikke bykvaliteter og fortrinn i forhold til andre små og store byer i landsdelen.

Fredrikstad har et stort innslag av konkurranseutsatt industri. Det gjør byen utsatt for ytterligere tap av mange arbeidsplasser med den økende internasjonale konkurransen. Skal man unngå at gapet mellom etterspørsel og tilbud i arbeidsmarkedet øker framover må det utvikles mange nye arbeidsplasser i årene som kommer. Foruten offentlig sektor, er det særlig er innen privat tjenesteyting at man kan forvente flere arbeidsplasser og økt sysselsetting. I denne sammenheng er forretningsmessig tjenesteyting, kultur og kreative næringer, aktuelle vekstsektorer med lokale utviklingsmuligheter. Utviklingen i disse næringene er påvirket av generell makroøkonomi foruten Fredrikstads egen utviklingsevne og attraktivitet.

Innenfor kultur og kreative næringer er Fredrikstad spesialisert innen media, kunst, musikk, restaurant, teknisk konsulent og design. Flere av disse næringene har hatt betydelig vekst og gitt en netto tilvekst på 520 arbeidsplasser i Fredrikstad de senere årene (+17% 1998-2005). Dette er næringer som i følge internasjonal forskning gir ringvirkninger for innovasjon og omsetning i andre næringer, og har betydning for byers identitet og attraktivitet som bo-, arbeidsted og opplevelsested. Det er grunn til å tro at en del slike effekter også har gjort seg gjeldende i Fredrikstad uten at vi har kunnet undersøke i hvilken grad og på hvilken måte i dette prosjektet.

Foruten betydelige miljøer innen teknologisk industri, kultur og kreative næringer, har Fredrikstad et allsidig nærings- og samfunnsliv som her store potensialer for nyskaping og arbeidsplasser gjennom tettere samarbeid og nye kombinasjoner mellom ulike næringer og kompetanser. Informantintervjuer og erfaringer fra næringsnettverkene i området indikerer imidlertid at de lokale/regionale innovasjonssystem(ene) ikke er like operative og velfungerende som de kunne vært selv om en del av de formelle organisasjonene er på plass. Det synes å være klare forbedringsmuligheter i forhold til å styrke samhandlingen mellom aktørene. Det samme gjelder også kompetansen og finansieringen knyttet til prosessleder og sekretariat for nettverkssfunksjoner.

Fredrikstadregionens næringsmessige allsidighet burde ha i seg mange nye potensielle kombinasjonsmuligheter for nyskaping og vekst, og bedre utnyttelse av synergier mellom gamle og nye næringer og miljøer.

Basert på den gjennomgangen som er foretatt her, synes det å være grunnlag for å trekke frem følgende forhold man kan lære av:

1. Stopper den offentlige finansieringen opp i de tidlige fasene (eventuelt også senere), ser sekretariatsfunksjonen – eventuelt prosesslederfunksjonen – i nettverkene ut til å slutte å fungere og interessen for deltagelse å ”dabbe av”
2. Greier ikke nettverket (prosessdriver/-eier) å skape meningsfullt innhold for tilstrekkelig mange interessenter relativt raskt, ”dabber interessen av”
3. Næringsaktørene (bedriftene) ser ut til å være relativt lite interessert i finansiere en felles sekretariats- eventuelt prosesslederfunksjon.

På bakgrunn av dette kan man sikkert diskutere nettverksarbeidsformen som prinsipp, men erfaring tilsier at om man evner å opprettholde et langsiktig og systematisk samarbeid, vil dette gi resultater under forutsetninger som nevnt foran. Vi mener at det ikke er uten grunn til at praktisk talt helle virkemiddelapparatet både i Norge og Europa ellers har lagt opp sine programmer og tiltak på basis av forståelsen av innovasjonssystemer fungerer.

Et viktig poeng i denne sammenhengen – og det mener vi å ha påvist kan være tilfelle i noen av de beskrevne nettverkene - er at et innovasjonssystem ikke nødvendigvis er operativt eller velfungerende selv om det har de formelle institusjonene eller deltagerne som kreves. Det avgjørende for om systemet skal fungere, er at det ”foregår en utveksling av informasjon, idéer og kompetanse mellom deltagerne, noe som de uformelle institusjonene bidrar til å stimulere (se side 27 og 28). Det kan tyde på at en styrking av mandatet – og eventuelt kompetansen – for sekretariats-/prosesslederfunksjonen må styrkes.

Noen konkrete anbefalinger:

- Aktørene i KK-næringene bør forsøke å samle seg om et felles utviklingsprogram – som har til hensikt å identifisere og finansiere konkrete utviklingsprosjekter, og tiltak knyttet til overordnet plan for kultur- og byutvikling. Pr. i dag synes det å være prinsippet om at ”la de tusen blomster blomstre” som gjelder, og det er bra med kreativt mangfold, men også kreativitet må styres om mål skal nås.

- Fredrikstad Kommune – og med bistand fra Sarpsborg og Hvaler – har hatt en viktig rolle i etablering og drift av nettverkene. Kommunen bør stille større krav til forpliktelse fra øvrige deltagere m.h.t. finansiering og andre ressurser i tillegg til at kommunen følger opp enda tettere m.h.t. fremdrift og innhold. Det bør sannsynligvis legges større vekt på mandatet til den funksjonen kommunene er med å finansiere; sekretariatsfunksjonen som i sterkere grad kan være en prosessdriverfunksjon. Det vil være naturlig å koble finansieringen i større grad opp mot måloppnåelse. Kommunen har begrensede ressurser, og har i tillegg fått så mye erfaring med nettverksarbeid at kravene kan skjerpes noe.

- Når det gjelder det eksisterende – og mer tradisjonelle næringslivet – vil det alltid handle om å bedre konkurransekraften enten gjennom aktiviteter som skal redusere kostnader og/eller øke inntektene. Dette prosjektet har ikke hatt ressurser (eller mandat) til å gjennomgå bedrifters og bransjers innovasjonsevne i de ulike bransjene, men vi har gjennom underlaget foran påvist at bedriftene i Fredrikstad rent generelt ligger under gjennomsnittet m.h.t. FoU og innovasjon. Det er et behov for økt innovasjon og

nyetableringer i industrien i Fredrikstad. Lokale myndigheter har imidlertid begrensede muligheter på dette feltet. Det kan imidlertid være behov for et eget utviklingsprogram for etablerte industri-bedrifter som er interessert i å øke kompetanse. Kompetansemiljøer som kan bistå i disse prosessene finnes allerede regionalt.

Referanser

- Departement for Culture, Media and Sport (DCMS). Creative Industries Mapping Document 2002. United Kingdom.
- Florida, R. (2002): "The Rise of The Creative Class". Basic Books. New York.
- Gundersen, F (2002) FoU og innovasjon i norske regioner, Rapporter 2002/26, Oslo-Kongsvinger: Statistisk sentralbyrå.
- Gundersen, F. og L. Solheim (2002) Regionalisering av FoU-statistikken. Dokumentasjon av tilrettelegging, Notater 2002/19, Oslo-Kongsvinger: Statistisk sentralbyrå.
- Haraldsen, Tone, Simen Kristian Flygind, Kjell Overvåg og Dominic Power, Kartlegging av kulturnæringene i Norge - økonomisk betydning, vekst og utviklingspotensial, Østlandsforskning, 10/2004
- Kalkvik, Arild, En gjennomgang av den audiovisuelle sektors økonomiske betydning og finansielle verktøy som kan fremme videre vekst, PriceWaterhouseCoopers, 2003
- Kristiansand kino, Filmbyen Kristiansand ver 1.0, 2004
- Onsager, Knut, Bolkesjø, Torjus, Bugge Amundsen, Arne, og Olaf Foss (2003): Østfolds småbyregioner i omstilling. NIBR-rapport 2003:7.
- Power, D. (2002): "Culture industries" in Sweden: An assesment of their Place in the Swedish Economy, Economic Geography, vol.78, no.2.
- Statistisk sentralbyrå (1999) "Standard for regionale inndelinger", *Norges offisielle statistikk C 513*, Oslo-Kongsvinger.
- Statistisk sentralbyrå (2000) "Standard for økonomiske regioner", *Norges offisielle statistikk C 616*, Oslo-Kongsvinger.

Vedlegg 1

Tabeller

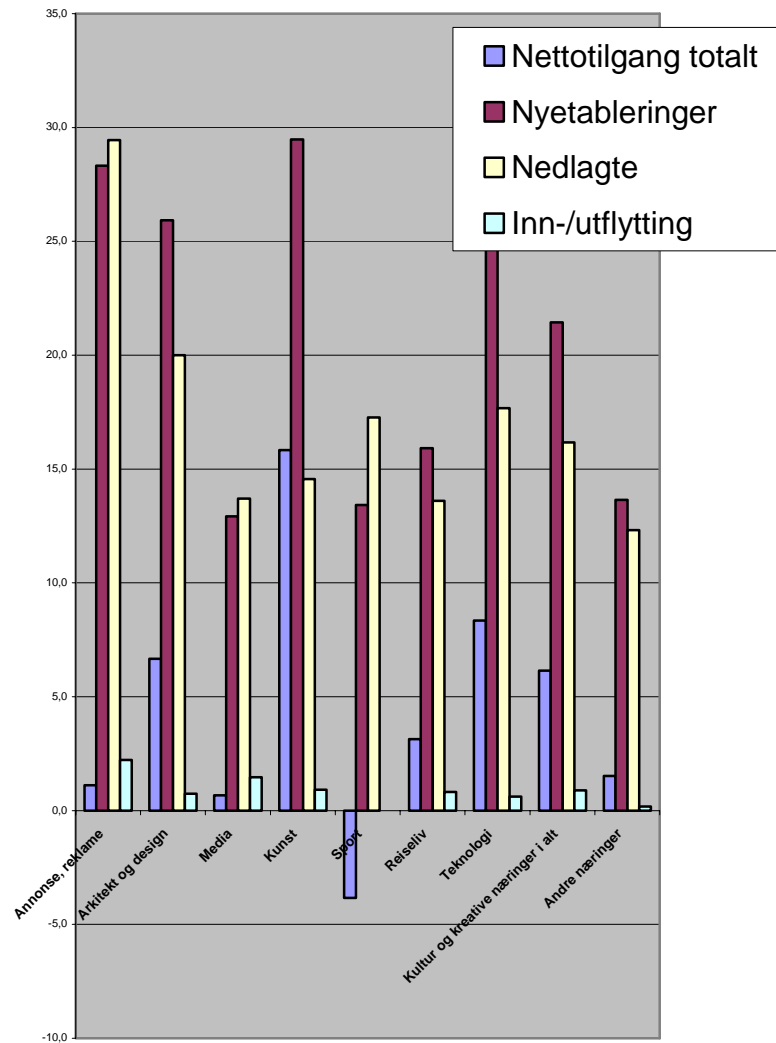
Tabell v.1 Utvikling i nærings- og sektorstruktur i Fredrikstadregionen, Nedre Glomma og landet 1992-2003 (Datakilde:Panda).

	Fredrikstadregionen				Nedre Glomma-regionen		Landet
	Sysselsatte 2003	Abs.endr. 1992-'03	Relative endringer				
			Gj.snitt.per år 1992-98	Gj.snitt prår 1998-03	Totalt 1992-2003		
Primærnæringer	381	-145	-3,0	-2,4	-27,6	-18,3	-17,4
Industri	6051	122	2,3	-2,1	2,1	-6,4	-14,4
Kraft/v,bergv,olje/gass	127	-110	-4,5	-5,3	-46,4	-45,0	26,9
Bygg og anlegg	2640	856	4,4	3,4	48,0	71,7	34,4
Privat tjenesteyting	12998	3821	4,7	2,1	41,6	33,9	41,7
Offentlig tjenesteyting	11325	3789	3,4	5,0	50,3	39,7	30,0
Totalt	33522	8333	3,5	2,0	33,1	25,0	24,9

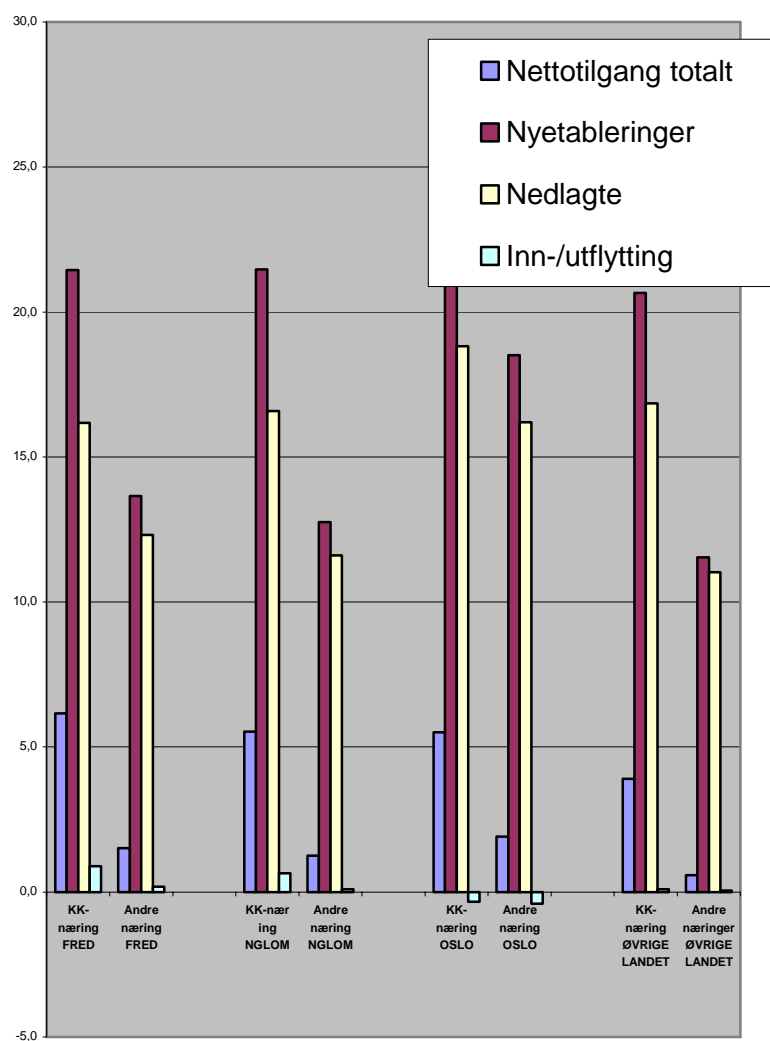
Figur v.1 Bedriftstørrelser – antall bedrifter og sysselsatte fordelt på ulike bedriftstørrelses-kategorier. Kultur og kreative næringer 2004. (Datakilde BoF 2004)

	Gj.bedrifts- størrelse	I alt	0-10 syss	11-30 syss	Over 30 syss	I alt	0-10 syss	11-30 syss	Over 30 syss
Bibliotek, museum	7,5	75	12	64	0	10	7	3	0
Bøker, aviser, blader etc.	3,7	304	113	113	78	82	75	6	1
Film, video, foto	1,9	84	41	0	43	44	43	0	1
TV, radio	11,7	281	28	51	202	24	18	2	4
Musikk	2,4	50	37	13	0	21	20	1	0
Kunsthåndverk	2,5	55	55	0	0	22	22	0	0
Utøvende kunst	1,0	195	167	28	0	201	200	1	0
Kultur i alt	2,6	1044	453	269	323	404	385	13	6
Sport	2,6	154	118	36	0	59	57	2	0
Reiseliv (hotell/restaurant etc)	6,9	1106	335	309	461	160	133	20	7
Opplevelse i alt	5,8	1259	453	345	461	219	190	22	7
IKT	2,4	458	206	111	141	187	178	7	2
Teknisk konsulent/design	2,8	496	262	93	141	176	168	6	2
Annonse, reklame	1,8	88	88	0	0	49	49	0	0
Arkitekt	1,7	33	21	13	0	20	19	1	0
Teknologi og design i alt	2,5	1075	576	217	282	432	414	14	4
Totalt KK-næringene	3,2	3379	1482	831	1066	1055	989	49	17
Andre næringer	6,2	30653	7094	5963	17596	4960	4446	337	177

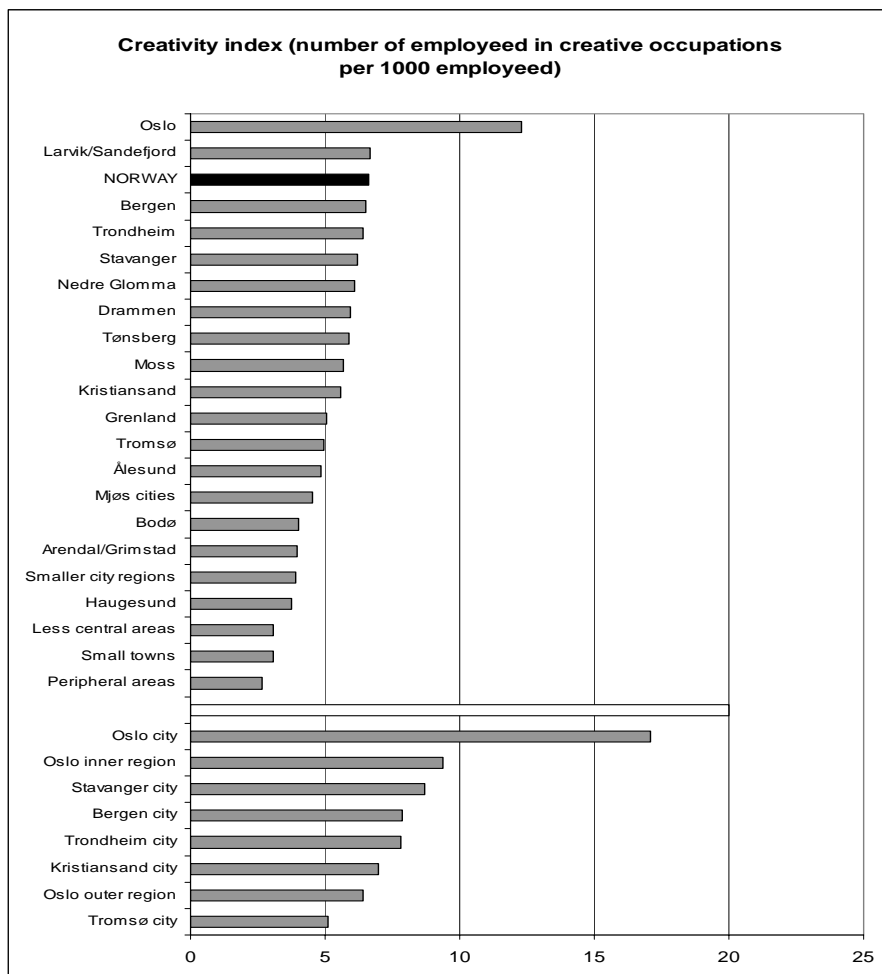
Figur v.2 Etableringer, nedlegger og nettoendring etter frekvenser (per 100 bedrift/året). Kultur og kreative næringer i Fredrikstadregionen 1999-2004 (Datakilde:BoF).



Tabell v.3 Etableringer, nedlegninger og nettoendring etter frekvenser (per 100 bedrift/året). Fredrikstadregionen, Nedre Glommaregionen, Oslo og landet forøvrig 1999- (Datakilde:BoF).



Figur v.4 Antall ansatt i tre kultursektorer per 1000 sysselsatt. 2002 basert på Floridas indeks (foreløpige tall 2004)



Kilde: Isaksen 2004

Floridas indeks for kreativitet bygger på konsentrasjonen av sysselsatte i tre ulike yrkesgrupper: ISCO 88 255 Skribenter og skapende og utøvende kunstnere, ISCO 3471 dekoratører og designere og ISCO 7342 fotografer. Dette er kreative yrker som finner fottfeste i ulike aktivitetsfelt i samfunnet og som også antas å være viktig for utvikling av kulturbasert næringsaktivitet innen film, fjernsyn, produktutvikling, innredning, bok og tidsskriftsbransjen osv. Figur 29 viser hvordan denne indeksen ser ut for Norge (Isaksen 2004). Ikke overraskende kommer Osloregionen på topp som den regionen som innehar langt de fleste aktører i disse yrkesgruppene. Om dette forhold kombinert med ”kultur-entreprenørismen” faktisk fører til nye og dynamisk voksende foretak vet man derimot foreløpig lite om.