

# På landstoppen i nyskaping De som klarer å knytte til seg kontakter

Readership : 45000

© Fædrelandsvennen

Alle artikler er beskyttet av lov om opphavsrett til åndsverk. Artikler må ikke videreformidles utenfor egen organisasjon uten godkjenning fra Retriever eller den enkelte utgiver.

16

MANDAG 11. OKTOBER 2010 Fædrelandsvennen

## Økonomi

# På landstoppen i ny

**OPPFINNSOMME:** Nærmere 60 prosent av bedriftene i Kristiansand-regionen har lansert et nytt produkt i løpet av de siste tre årene.

### KRISTIANSAND VIGE

– Under Full City-ulykken kom oljesølet helt ned til Fevik. Jeg kan garantere at det aldri hadde skjedd hvis dette utstyret hadde blitt tatt i bruk, sier Steinar Heimtun, prosjektsjef i Maritime Development Group.

Bedriften med fire ansatte er allerede kjent for utstyr som soper isfjell i polarområdene. Nå har de utviklet det de kaller Marine Oil Sweeper, et redskap de mener kan gjøre opprydding etter oljeutslipp betydelig mer effektivt.

– Vi er en dedikert gruppe mennesker som har hatt mange ideer og som tenker utenfor fastsatte rammer, sier daglig leder Tore Halvorsen.

**NYVINNINGER.** Maritime Development Group er en av bedriftene i Kristiansand-regionen som i løpet av de siste tre årene har lansert nye produkter.

Til sammen 58 prosent av bedriftene i regionen har lansert nye eller sterkt forbedrede produkter i denne perioden, viser en undersøkelse fra Iris (International Research Institute of Stavanger).

Sammenlignet med Oslo, Bergen, Stavanger og Trondheim, er det kun Oslo som gjør det bedre enn Kristiansand.

– Kristiansand kommer absolutt bra ut. De gjør det i hvert fall ikke noe dårligere enn de andre, sier Rune Dahl Fitjar, seniorforsker ved Iris.

### INTERNASJONAL KONTAKT.

Det er likevel ikke lokalt inspirasjonen kommer fra når noen bedrifter er mer nyskapende enn andre. Undersøkelsen viser at bedrifter som er gode på nyskaping også har mange internasjonale kontakter.

– De som klarer å knytte til seg kontakter internasjonalt, er også de som lykkes best, sier Rune Dahl Fitjar.

– Så det er det samme hvor du etablerer deg?

– Vi klarer i hvert fall ikke å

påvise at regionen har noe å si. Det kan skyldes at de regionene vi har undersøkt er små. Da blir det fort den samme kunnskapen som sirkulerer. Det som er viktig er å hente inn ny kunnskap utenfra, sier Fitjar.

Han mener undersøkelsen viser at det er fullt mulig å lykkes uten å være en del av næringsklynger i storbyene.

**MÅ UT.** I dag er flere av de nyskapende bedriftene på Sørlandet en del av næringsklynger. Blant dem er Node som er et nettverk av leverandørbedrifter innen olje og gass.

Her blir funnene i undersøkelsen bekreftet.

– Når du skal være den beste i verden, så må du også jobbe mot de miljøene som er best. Da må du følge med på all tilgjengelig kunnskap og innovasjoner, sier Node-leder Kjell O Johannessen.

– Er internasjonal kontakt viktigere enn lokal?

– Jeg skal være forsiktig med å vekte det opp mot hverandre. Vår oppgave er å legge til rette og bringe kunnskapen hit. Akkurat nå jobber vi med å knytte kontakt med utenlandske universiteter og har funnet ni universiteter som vi vil samarbeide med. Slik jobber vi lokalt for å knytte internasjonale kontakter og bringe kunnskapen hit, sier Johannessen.

Tekst: **Kjetil Reite**  
kjetil.reite@fvn.no – 90 68 12 05

### FAKTA

► International Research Institute of Stavanger (Iris) har intervjuet 1600 bedriftsledere i fem storbyregioner i Norge.

► Bedriftslederne er spurt om hvor nyskapende bedriftene deres er og hva som er drivkraften bak å utvikle nye produkter.

► Bedriftsledere i Stavanger, Kristiansand, Oslo, Bergen og Trondheim er spurt. Bedriftene har alle over ti ansatte.



## Nyskaping i Kristiansand-regionen

■ Kristiansand er best når det gjelder nyvinninger innen nye produkter. De gjør det dårligere på nyskaping når det gjelder prosesser.

■ I Kristiansand er det vanligst å samarbeide med andre når nye produkter skal utvikles. I de andre byene blir produktene i hovedsak utviklet av bedriften selv.

■ Bedriftsledere i Kristiansand

har større tillit til lokalpolitikkerne sammenlignet med de andre storbyene. De er også den byen der bedriftslederne har størst tillit til andre næringslivsledere i regionen.

■ Halvparten av bedriftslederne i Kristiansand synes det er lettere å samarbeide med lokale og regionale aktører, sammenlignet med aktører utenfor regionen.

## Oljevern

Maritime Development Group regner med at det vil koste mellom 5 – 6 millioner å utvikle trålen.

Da har de fått støtte fra både Innovasjon Norge og Nofu som er olje og gassindustriens

» De som klarer å knytte til seg kontakter internasjonalt, er også de som lykkes best.

Rune Dahl Fitjar, seniorforsker ved Iris