

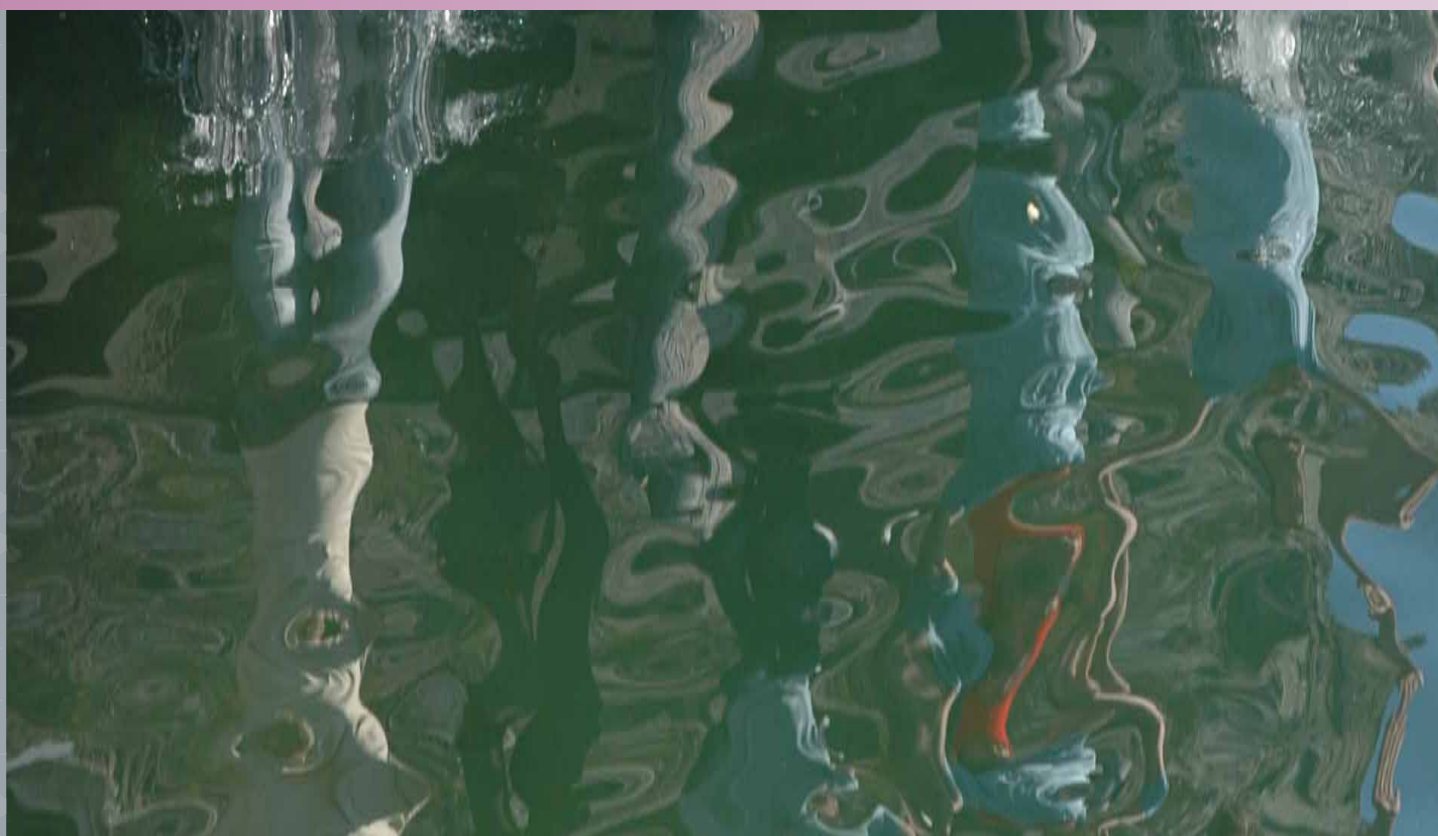


Møre og Romsdal
fylkeskommune

Ein tydeleg medspelar

Fleire og betre nyetableringar

hoppid.no[®]



Programmet er eit samarbeid mellom:



Fylkesmannen i
Møre og Romsdal



Møre og Romsdal
fylkeskommune



SPAREBANKEN MØRE

Fire år med heilskapleg satsing på entreprenørskap – har vi lykkast?



*Bergljot Landstad er
regional- og nærings sjef i
Møre og Romsdal fylkeskommune*

Møre og Romsdal har opp gjennom åra blitt omtala som gründer-fylket. Vi har tru på at det er i vårt fylke dei gode idèane vert skapt og realisert, det er hos oss er det vekst og utvikling. Vi er gode på entreprenørskap!

I 2005 utarbeidde NIFU STEP på oppdrag frå fylkeskommunen ein rapport om entreprenørskap i Møre og Romsdal. Denne rapporten synte at vi ikkje lenger var det gründerfylket vi likte å tru, og peika på fleire utfordringar vi måtte ta tak i for å endre den negative trenden. Ei av hovudutfordringane var å oppnå auka tilfang av entreprenørar med prosjekt som var nyskapande, og hadde eit vekstpotensial.

I samarbeid med Innovasjon Norge, fylkesmannen, kommunane og Sparebanken Møre sette vi i verk ei fireårig programsatsing som skulle sikre både breidde og kvalitet; hoppid.no. For å lykkast har hoppid.no jobba målretta med fem ulike delprosjekt i programperioden.

I botnen har det lege forpliktande partnerskapsavtalar mellom kommunane, fylkeskommunen og Innovasjon

Norge. Dette har sikra eit gjennomgåande fokus på entreprenørskap, og ein god infrastruktur for etableraren har kome på plass.

hoppid.no er no inne i sitt fjerde og avsluttande år. Med vårt unike samarbeid har vi oppnådd mykje, og vår satsing har blitt lagt merke til både nasjonalt og internasjonalt, noko nominasjonen til European Enterprise Award vitnar om.

Å bygge ein entreprenørskapskultur er eit langsiktig prosjekt, men gjennom hoppid.no har vi starta. Dei konkrete resultatane er for tidleg å hente inn, men i dette unike samarbeidet har vi sett entreprenørskap i fokus, og lagt grunnlaget for at gründerfylket Møre og Romsdal igjen skal bli ei sanning.

I dette hefte vil vi presentere delprosjekta, metodikken og måla vi har arbeida mot.

God lesing.

Bergljot Landstad

Førstelinjetenesta

– ei tydeleg og oversiktleg førstelinjeteneste for nyetablerarar i Møre og Romsdal

For å nå målet om fleire og betre etablerarar, var det frå starten av prosjektet hoppid.no viktig å skape ein meir tydeleg infrastruktur for etablererrettleiing i Møre og Romsdal. For å kunne oppnå det måtte vi definere og styrke ein førstelinjeteneste ute i kommunane. Gjennom partnerskapsavtalar, sertifisering og profilering har hoppid.no i løpet av prosjektperioden bidratt til at det no er etablert 25 hoppid.no-kontor som dekkjer 30 av dei 36 kommunane i fylket.

Dei lokale hoppid.no-kontora hjelper etableraren med avklaringar rundt forretningsidèen, arrangerer kurs, bistår med forretningsplan og kan løse etableraren vidare i virkemiddel-apparatet. I tillegg er hoppid.no-kontoret gjerne ein pådrivar i mobiliseringsprosessar, nettverksarbeid og innan ungut entreprenørskap.

Gjennomføring av delprosjekt førstelinje

Mål for delprosjektet

Målsetjinga med dette delprosjektet var ei tydeleg og oversiktleg førstelinje, som raskt kunne identifisere kva behov brukarane hadde. I tillegg var det viktig å syte for god kvalitet på tenesta i heile fylket.

Arbeidsgruppe

Ved oppstart av prosjektet i 2006 vart det etablert ei arbeidsgruppe som støtte for delprosjektleiari i utvikling av førstelinja og etablereroppplæring. Gruppa fungerte fram til 2009, og besto av medlemmar frå Møre og Romsdal fylke, Innovasjon Norge, kommunane og NAV.

Møter og avtaler med kommunane

14. september 2006 vart det gjennomført eit kommuneseminar om hoppid.no programmet med 40 deltakarar frå 28 kommunar. Deretter vart det første halvår 2007 holdt orienteringsmøte med 35 av 37 kommuner. Formålet var orientering om hoppid.no og ønske om samarbeid med kommunane om kontakt og oppfølging av gründere. Mål om inngåing av partnerskapsavtale mellom kommunen/ane, Innovasjon Norge og Møre og Romsdal fylke.

Partnerskapsavtale

Til grunn for alle opningar lokale hoppid-kontor låg ein partnerskapsavtale mellom Møre og Romsdal fylkeskommune, Innovasjon Norge og dei kommunane hoppid.no-kontoret skulle dekkje. Avtalen inneheldt følgjande ansvarsfordeling mellom partane:

• Kommunen:

- Avklare kven som er førstelinjekontakt i kommunen
- Avklare og setje av ressursar som brukast til førstelinja
- Delta på sertifiseringskurs i regi av Møre og Romsdal fylke og Innovasjon Norge
- Vere samarbeidspartnar og lokal tilretteleggar for mobiliserings- og opplæringstiltak

Møre og Romsdal fylkeskommune:

- Utvikle og drifte sertifiseringskurs for førstelinjekontaktane

- Dekkje utgifter i samband med sertifisering
- Utvikle intranett for førstelinja
- Arrangere minimum ei nettverks samling for førstelinja.
- Ansvar for etablereroppplæring (0-5 år).
- Økonomisk ramme til avklaring av idear i startfasen

Innovasjon Norge:

- Ansvar for oppfølging av etablerarar som har fått tilskot frå Innovasjon Norge.
- Halvårlege felles dialogmøte med førstelinjetenesta.
- Gjennomføre regionale/lokale kontordagar.
- Bistå lokalt nivå med opplegg innan tema Idèfangst/knoppkyting.
- Etablere og administrere Mentorordning.
- Ansvar for informasjon om bedriftsøkonomiske verkemiddel.

Partnerskapsavtalen blir i desse dagar revidert og tilpassa driftsfasen.

Sertifiseringskurs

For å kunne opne hoppid.no-kontor i kommunen vart det stilt krav om deltaking på eit sertifiseringskurs for etablererrettleiariar. Første runde med sertifisering vart gjennomført i 2007 med om lag 40 deltakarar. Kursinnhaldet var mellom anna prosess-, rettleiings-, og formidlingskompetanse og kjennskap til virkemiddelapparatet. Kurset var kompetansegevend og vart utvikla og gjennomført av Høgskolen i Ålesund i samarbeid med Møre og Romsdal fylke og Innovasjon Norge.

Eit noko mindre omfattande sertifiseringskurs vart køyrd i 2009-2010, for 11 nye hoppid-rådgjevarar som hadde kome til etter den første kursrunden.

hoppid.no-ramme til etablerarar

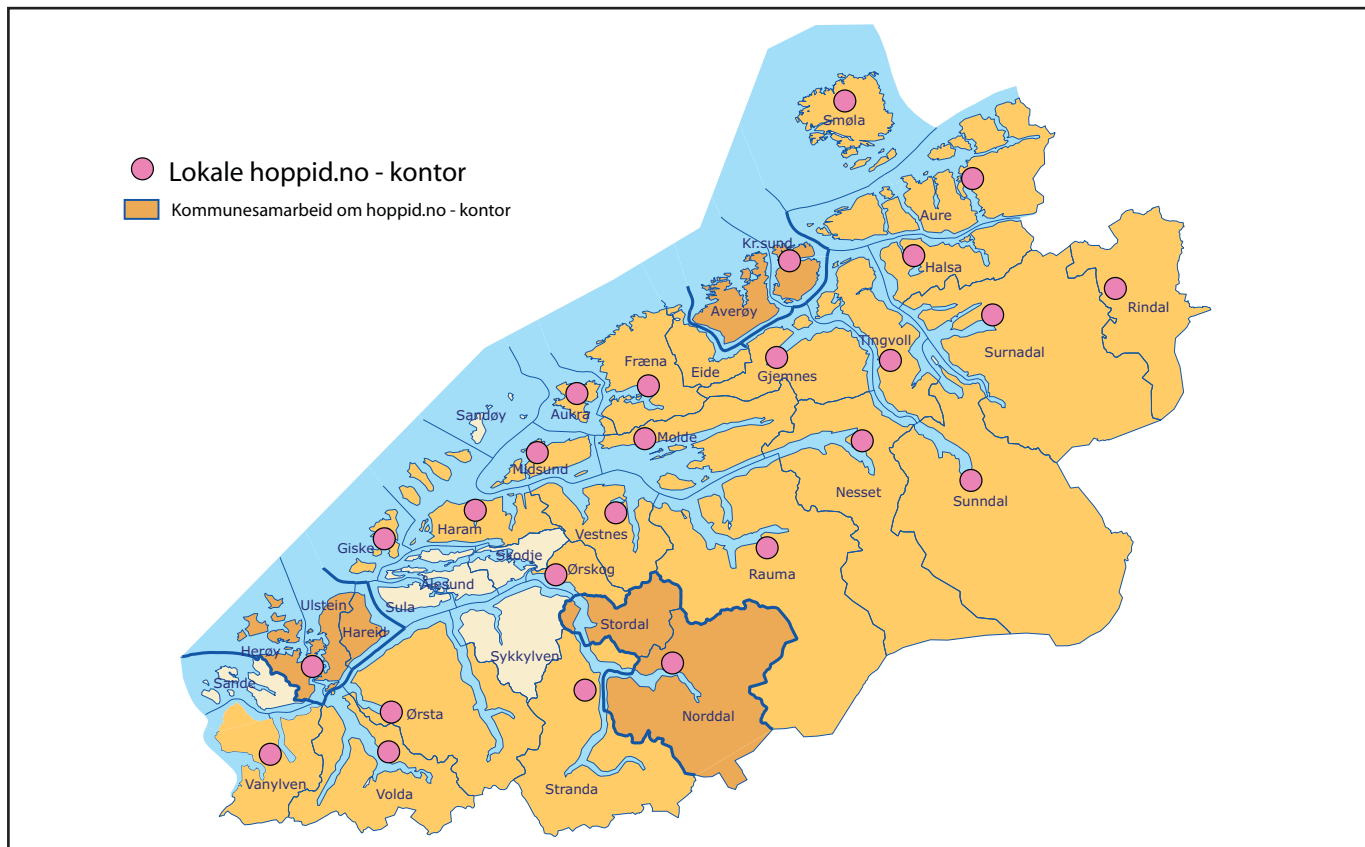
I takt med opningane av hoppid.no-kontor har det vorte delt ut ei økonomisk ramme på kr. 100 000,- til kvar kommune med hoppid.no-kontor. Pengane har vore formidla av hoppid.no-rettleiaren til etablerarar som har behov for å finansiere enkle avklaringar i ein tidleg fase av sin forretningsidè. Denne ordninga har vore finansiert i like delar av Sparebanken Møre og Møre og Romsdal fylke.

Nettverkssamlingar – fagleg oppdatering

For å bidra til ein fagleg sterk førstelinje har det vore arrangert eigne kurs og nettverkssamlingar hoppid.no-rettleiariane i kommunane. På nokre samlingar har også andre medspelarar vore inviterte, som næringsforeningar, NAV, skatteetaten, landbrukskontor, kunnskapsparkane og andre. I tillegg har rettleriariane vore oppmoda om å delta på etablerarkursa for å gjere seg kjende med innhaldet i desse.

EtablereLINK

For å halde nettverket levande mellom fysiske møter vart verktøyet EtablereLINK teke i bruk som eit intranett for hoppid.no i 2008. EtablereLINK inneheld både informasjons- og kommunikasjonsverktøy, statistikk, filbibliotek og eit gründerverktøy som kan formidlast til etablerarar.



Oppnådde effektar av delprosjekt førsteline

Ei tydeleg og oversiktleg førsteline

Før hoppid.no starta opp i 2006 var nyetablerarane sitt tilbud ute i kommunane fragmentert og tilfeldig. Gjennom arbeidet som er gjort med hoppid.no-kontora har vi fått ein førstelineteneste som er enskapleg profilert, og som gjev det same grunnleggande tilbudet i alle kommunane som er med. Sertifiseringa, regionmøte og nettverkssamlinga har heva standarden på førstelina, og skapt eit betre samarbeid på tvers av kommunegrensene. Vi ser no at søknadane som kjem til Innovasjon Norge er langt betre førebudde enn tidlegare, fordi hoppid.no-kontoret har hjulpet til med forretningsplan og rettleiing. Det gjer at Innovasjon Norge får brukt sine ressursar betre på dei gode prosjekta.

Vidare arbeid

Partnerskapsavtalane vil no bli fornya, i pakt med at hoppid.no går over i ein driftsfase. Vi vil halde fram med å følgje opp eksisterande hoppid.no-kontor med tilbud om nettverkssamlingar, kurs og andre aktivitetar. Det må også jamnleg arrangerast sertifiseringskurs for nye hoppid.no-kontaktar og hoppid.no-kontor som kjem til.

Vi vil også arbeide for å få på plass hoppid.no-kontor i dei kommunane som førebels ikkje er med i partnerskapet.



Eivind Ryste er rådgivar i regional- og næringsavdelinga

I arbeidsgruppa for førstelinja og etableraropplæring har deltatt:

Elisabeth Kandal	Regional- og næringsavdelinga (2006-2008)
John Brevik	Vanylven Vekst
Torkjell Døving	Fjordhagen Næringshage
Anne Gulla	Sunnadal Næringshage
Ottar Longva	Landbruksavdelinga
Steinar Johnsen	Innovasjon Norge Møre og Romsdal
Lars Rosvoll	Innovasjon Norge Møre og Romsdal
Malene Aaram	Regional- og næringsavdelinga
Erik Brekken	Nordveggen
Anne Seth	Haram Innovasjonsstudio
Johan Helgetun	Surnadal Utvikling
Kirsti Borgen	NAV
May-Kristin Brekke	Regional- og næringsavdelinga
Harald Bredesen	Sunnadal
Camilla Blom	Haram innovasjonsstudio

Effekt mål:

- Tydeleg og oversiktleg førstelinjeteneste
- Rask identifisering av behov hos brukarane
- God kvalitet på tenesta i heile fylket
- Auka overlevingsevne og vekst

Resultat mål:

- Ei oversiktleg og kvalitetsmessig høg standard på førstelinjetenesta i heile fylket.
- Utvikle og etablere eit utdannings- og oppfølgingsopplegg for gründerar/etablerarar som er fylkesdekkande og individuelt tilpassa (EO)

Etableraropplæring

– fylkesdekkende og individuelt tilpassa etableraren

For å nå målet om fleire og betre etablerarar, var det viktig å kunne tilby etableraropplæring med høg kvalitet over heile fylket. Eit individuelt tilpassa tilbod til etablerarar i heile etablerarløpet. Skal ein nå målet om auka overleving og vekst, er det viktig at etablerarane får kompetansehevande kurs med høg kvalitet i frå ideavklaring til vekstfase.

I 2005 var kurstilbodet for etablerarar i Møre og Romsdal tilgjengeleg for nokre få, gjennom etablerarskulen. Interessa for skulen var dalande. Den største utfordringa for etablerarar var å setje av tid til opplæring med samlingar over fleire dagar. Det var mange etablerarar i målgruppa som hadde behov for kompetanseheving som ikkje fekk tilbod om opplæring.

Gjennom partnerskapsavtaler kan vi no gi etablerarar tilbod om kurs lokalt, det blir arrangert omlag 25-30 kurs årleg, med gjennomsnittleg 12-15 deltakarar per kurs.

Gjennomføring av delprosjekt etableraropplæring

Ved oppstart av prosjektet i 2006 vart det etablert ei felles arbeidsgruppe som støtte for delprosjektleiari i utvikling av førstelinja og etableraropplæring. Gruppa fungerte fram til 2009, og besto av medlemmar frå Møre og Romsdal fylke, Innovasjon Norge, kommunane og NAV.

Organisering etablerarkurs

Rolle og ansvarsfordeling mellom partane er regulert i partnerskapsavtalen mellom Møre og Romsdal fylkeskommune, Innovasjon Norge og dei kommunane som hoppid.no-kontora dekkjer.

Avtalen inneheldt følgjande ansvarsfordeling mellom partane:

hoppid.no kontor:

- Lokalt tilretteleggar
- Rekruttering og kunngjering lokalt
- Er hoppid.no sin kontaktperson og ambassadør på kurset og ansvarleg for informasjon om tilbod, virkemiddel og oppfølging vidare.

Møre og Romsdal fylkeskommune

- Ansvarleg for etableraropplæringa
- Kursadministrasjon (elektronisk påmelding, informasjon, evaluering)
- Overordna marknadsføring og merkevarebygging gjennom felles annonser i media, og på nettsida www.hoppid.no

Innovasjon Norge

- fagleg ansvarleg for kurs som ligg innan for Innovasjon Norge sine satsingar og kompetanseområde

Oppnådde effektar av delprosjekt etableraropplæring

Etablerarretteiing og etableraropplæring hand i hand

Ei undersøking gjort av Innovasjon Norge (2008) synte at ungdom i større grad treng lengre tid for å etablere seg, og har behov for individuell retteiing. Gjennom partnerskapsavtalar har vi utvikla ei etableraropplæring som heng tett saman med etablerarretteiinga i kommunane. Etablera-



rane får tilbod om kurs lokalt og regionalt, og kursa er ein viktig del av verktøykassa som hoppid.no kontora tilbyr i Møre og Romsdal. Etablerarane får tilbod om oppfølging av lokalt hoppid.no kontor på etablerarkursa.

Tilpassa etablerarane sine behov for opplæring

Gjennom ei modulbasert opplæring kan etablerarane velje kva opplæring dei har behov for.

Etablerarane kan følgje modulane i ein naturleg progresjon frå ide til etablering og vekst.

Etableraropplæring med høg kvalitet tilgjengeleg over heile fylket

Møre og Romsdal fylkeskommune har ansvaret for å følgje opp etableraropplæringa. Kursmodulane blir fortløpande evaluert og justert saman med partane i hoppid.no. Vi ser at etablerarar nyttar tilbodet over heile fylket, og at dei ikkje har vore avhengige av at kursa blir arrangert lokalt. Gjennom å arrangere kurs ute i kommunane skapar ein naturlege møteplassar for etablerarar og hoppid.no net-tverket.

Vidare arbeid

I det vidare arbeidet vil vi utvikle og justere kursmodulane slik at dei til ei kvar tid er tilpassa etablerarane sine behov. I evalueringar ser vi at etablerarar etterlyser praktiske verktøy, og tettare oppfølging etter kurs. Dette er utfordringar vi vil ta tak i og jobbe med fram over.



May-Britt Roald
Rådgivar ved regional- og næringsavdelinga

Modulbaserte etablerarkurs frå ide til vekst fase (0-5 år)

hoppid.no har utvikla fleire kurspakkar tilpassa ulike fasar og behov i ei bedriftsetablering. Dei fleste kursa er gratis og går over ein dag eller to kveldar.

Oversikt over kurstilbudet i hoppid.no

Kurs	Beskrivelse
Idégnisten	For personar som har ein forretningside som dei ønskjer å utvikle vidare i team med andre. Utarbeiding av forretningsplan og presentasjon for panel med eksterne "eksperter".
Skal-skal ikke	Avklaringskurs i ein tidleg fase. Personleg avklaring, formelle krav, forretningside/plan, etablering, selskapsform, virkemiddel.
Kurs for nye næringsdrivende	Innføring i regnskapsplikta, skatt og meirverdiavgift
Økonomi Illustrator	Økonomi for ikke-økonomer - praktisk retta kurs med forklaringer på økonomiske begrep. Styrer ei bedrift gjennom 4 år (gruppearbeid) Ingen forkunnskaper.
Forretningsplan	Praktisk retta kurs/hjelp til utfylling av eigen forretningsplan
Informasjon og media	Handtering av media, pressemelding, korleis samarbeide med media m.m.
Styrearbeid	Styret som ressurs i utvikling av bedrifta. Rekruttering av riktig kompetanse. Honorar. Rolle og ansvar
Salg og markedsføring	Korleis nå potensielle kundar på ein målretta og kostnadseffektiv måte? Val av verktøy og metodar.
Regnskapsanalyse og økonomistyring	Tolking av rekneskapsdata og utviklingstrekk som grunnlag for betre økonomistyring. Grunnleggande forkunnskaper
Grafisk design og merkevare	Auka bevisstheit omkring grafisk design, visuelt uttrykk, fargeval, skrift m.m.
Internasjonalisering	Utfordringar og muleheiter. Strategi og forretningsplan. Marknadsva.
Patenter/IPR	Utfordringar knytt til beskyttelse av forretningsidear. Patent, mønster og lignende

Kurs	Plassering av kurs i h.t. kva fase etableraren er i:		
	Idemobilisering/utvikling; før beslutning om etablering er tatt eller før ein har etablert bedrifta	Etableringsfasen: beslutning om etablering er tatt, behov for forretnings- og strategiutvikling (0-2 år)	Drift- og vekstfasen: Spissing av kompetansen i h.t. kjerneaktivitet, vidareutvikling (2-5 år)
Idégnisten II			
Skal - skal ikke			
Økonomi Illustrator			
Forretningsplan			
Informasjon og media			
Styrearbeid			
Sal og markedsføring			
Økonomi/analyse			
Grafisk design og merkevare			
Internasjonalisering			
Patentar/IPR			
Revitalisering			
Mentor-tilbod			
1. Prioriter målgruppe =>			
2. Prioritet målgruppe =>			

Entreprenørskap i utdanning:

”Sjå muligheitene og gjer noko med dei!”

Entreprenørskap i utdanning er ein del av breiddesatsinga i hoppid.no. UE var alt i gang med entreprenørskap i vidaregåande skole og ungdomsbedrifter. I hoppid.no har fokus difor vore grunnskole og høgskole.

Gjennomføring av delprosjektet entreprenørskap i utdanning

Ut frå geografien i fylket og erfaring frå tidlegare prosjekt, valde arbeidsgruppa å nytte inndelinga med fire regionar og ein kontaktperson i kvar. Organiseringa har hatt både fordelar og utfordringar. Regionkontaktane har, saman med dei tilsette i Ungt Entreprenørskap (UE) utgjort entreprenørskapsteamet. UE har hatt ansvar for fagleg utvikling og koordinering av arbeidet. Regionkontaktane sitt arbeidsfelt har vore entreprenørskap i grunnskolen. UE har nytta ca. 50 % stillingsressurs for arbeidet med entreprenørskap i høgskolane.

Grunnskole – organisering og innhald

- Oppgåvene for entreprenørskapsteamet:
- Motivering av skolar/lærarar til å starte aktivitet og nytte UE sine program.
- Motivering av kommunar/skolar/lærarar til kompetanseheving.
- Motivering av kommunar/skolar til forankring i planer.

Regionkontaktane har besøkt skolane i sitt område, og gjort avtalar med rektor og rådgjevarar om bruk av UE sine undervisningsprogram. Dei har skaffa medhjelparar frå lokale bedrifter og halde kurs for desse og lærarane/skoleleiarane.

Program som kan gå inn i faget Utdanningsvalg har hatt størst merksemd. Det er Gründercamp, Økonomi og karriereval, Elevbedrift og Jobbskygging. Alle gir kunnskap om lokalt arbeidsliv, yrke, karriereveggar og egne talent!

Resultat – grunnskole 2006-2010:

- 11 000 elevar har fått meir kompetanse i entreprenørskap ved å gjennomføre eitt eller fleire program.
- 750 lærarar deltatt på kurs i entreprenørskap.
- Medarbeidarar frå 500 bedrifter deltok i programma i 2009, med eitt eller fleire dagsverk. Like mange ”dører” har blitt opna mellom skolar og lokalt arbeidsliv.

Høgskole – organisering og innhald:

Det er nytta 50 % stillingsressurs til samarbeid med høgskolane i fylket. UE har anbefalt undervisningsprogramma Studentbedrift (SB) og Gründercamp (GC).

Ved å delta i studentbedrift får studentane kjennskap til korleis ei bedrift fungerer:

- verdien av forretningsplan,
- oppleve samarbeid,
- kontakt med leverandørar og kundar,
- økonomiske utfordringar,
- marknadsundersøking og tilpassing,
- internasjonal handel m.m.

Fleire av studentane har etablert eige AS før dei avslutta studiet.

Resultat - høgskole:

- **Høgskolen i Ålesund** – 170 studentar har deltatt i 44 studentbedrifter av høg kvalitet. Studentbedrifter frå Møre og Romsdal har vunne NM og tatt prisar i EM i 2008, 2009 og 2010. Det er ønskje om Gründercamp og SB ved fleire studium frå hausten 2010.
- **Høgskolen i Volda** har hatt kurs i Utdanningsvalg og gjennomført Gründercamp med 100 studentar i lærarutdanninga i 2009 og 2010. HiVO vil ha vidare samarbeid om entreprenørskap i ny lærarutdanning og ved andre studium.



- **Høgskolen i Molde** – dialog om gjennomføring av Gründercamp på helsefag i 2010/2011. Vi skal samarbeide om det.

Vidare arbeid

Å knytte band til heimstaden, omdømmebygging og å skape nettverk er viktige faktorar i entreprenørskap og i UE sine program. Elevar og studentar skal verte kjent med lokale ressursar, dei skal få kunnskap om yrke, bransjar og etablering – og ikkje minst bli kjent med eigne mogelegheiter og korleis dei kan gjere noko med dei!

Lokalt arbeidsliv viser stor interesse for aktivitetane til Ungt Entreprenørskap. Dei har deltatt aktivt i alle program der dei vert spurt om å vere medhjelparar. Aktiviteten tyder på at 500-600 bedrifter er med som rettleiarar i løpet av eit skoleår. Det vert mange dugnadsdagar til skolen. Dei viser samfunnsansvar ved å bidra med sin kompetanse inn i undervisninga. Ønskje om eit aktivt og variert næringsliv, samt god rekruttering til eigne bransjar er noko av motivasjonen.

Arbeidsgruppa tilrår difor at arbeidet med entreprenørskap i grunnskolen og høgskolen vert vidareført med dei ressursar som er naudsynt.

Arbeidsgruppa meiner at den viktigaste ressursen i arbeidet har vore entreprenørskapsteamet sin innsats. Gratis kurs og undervisningsmateriell er òg naudsynt i grunnskolen.

Arbeidsgruppa – Entreprenørskap i utdanning:

Kirsten Aure	leiar, Ungt Entreprenørskap
Guttorm Ulla	NHO/ Næringsliv i skolen / UE
Anna Huse Sannes	Høgskolen i Molde (2006-2008)
Kjell Antvort	Høgskolen i Volda (2008-2010)
Ole Arne Opstad	Utdanningsavdelinga
Sissel Tegelsrud Kolstad	Ungt Entreprenørskap

Entreprenørskapsteamet:

Kirsten Aure leiar

Regionkontaktar:

Stine Bratteberg	Søre Sunnmøre
Jan Kåre Vadset	Nordre Sunnmøre
Einar Hernborg	Romsdal
Gjertrud Kvam	Nordmøre

Ungt Entreprenørskap:

Sissel Tegelsrud Kolstad (2006 – 2008)	
Kjell Antvort	Høgskolen i Volda (2008-2010)
Ole Arne Opstad	Utdanningsavdelinga
Sissel Tegelsrud Kolstad	Ungt Entreprenørskap

Regionkontaktane var engasjert i deltidsstilling (25-50 %), med kontorstad i eigen kommune og arbeidsområde grunnskole.

Mål i prosjektet

Effekt mål:

Brei forankring av entreprenørskap som opplæringsstrategi frå grunnskule til høgskule.

Resultat mål:

Resultatmåla har vore kvantitative kvart år og kan oppsummerast slik:

- opprette samarbeid med skolar og kommunar og lage konkrete planar for entreprenørskap i grunnskolen
- innføre og auke bruken av Ungt Entreprenørskap sine undervisningsprogram
- kurse lærarar og rettleiarar frå næringslivet i programma fleire og betre studentbedrifter



Foto over: VibraTools SB vann NM for studentbedrifter i 2009, foto UE

<< Foto lengst t.v.: Frå Gründercamp, vaksenopplæring i Ålesund 2009

< Foto t.v. ReModo UB Foto: Møre of Romsdal fylke



Kirsten Aure er dagleg leiar i Ungt Entreprenørskap i Møre og Romsdal

Idéfangst og Knoppskyting

Prosjektet ble igangsatt i 2006 og hadde innledningsvis fokus på Idéfangst og tiltak for oppstart av nye bedrifter og foredling av potensielle gründere med gode forretningsidéer

Ved et innledende idéutviklingsseminar kom det fram forslag på mange gode tiltak og aktiviteter. Mange av disse forslagene er i ettertid iverksatt i regi av hoppid.no programmet. I august 2007 ble det vedtatt at prosjektet skulle dreie fokus mot intraprenørskap – knoppskyting og tiltak rettet mot innovasjon i eksisterende bedrifter.

Det ble utarbeidet et eget prosjekt og Knudtzonsenteret AS i Kristiansund ble engasjert som prosjektleder – i samarbeid med kunnskapsparkene i Molde og Ålesund. Det viste seg raskt at det finnes mange gode idéer rundt om i bedriftene – idéer det ikke blir tatt tak i av ulike årsaker. Men det viste seg også at det er krevende å få disse idéene fram mot kommersialisering. Målet for prosjektet var å få fram 4-6 idéer mot kommersialisering. Det viste seg vanskelig å nå dette målet, men nyttige erfaringer er gjort i prosjektperioden. Erfaringer som Innovasjon Norge tar med seg videre i arbeidet med å legge til rette for økt knoppskyting i næringslivet i Møre og Romsdal.

Ulike tiltak

- Idégnisten
- Hurtigkasse for ungdom
- Opplæring i innovasjonsdukene
- Knoppskyting i Møre og Romsdal

Idégnisten

Idégnisten er utviklet av Innovasjon Norge Møre og Roms-

dal. Formålet med seminaret er å stimulere til innovasjon og samtidig bidra med opplæring i utvikling av forretningsplan.

I perioden 2006-2009 er det gjennomført 4 Idégnister. Idégnisten har etter hvert blitt avvirket da det ble registrert synkende interesse og det etter hvert viste seg vanskelig å fylle plassene med potensielle gründere med gode forretningsidéer. I tillegg har kurselementet i Idégnisten blitt overført og innlemmet i etablereropplæringstilbudet i hoppid.no.

Knoppskytingsprosjektet

Prosjektets målsetting kan overordnet sies å ha vært todelt.

- Gjennomføre konkrete knoppskytingsaktiviteter med sikte på å bidra til nyetableringer med utgangspunkt i eksisterende bedrifter i regionen.
- Utvikle ny kunnskap og nye verktøy med bakgrunn i erfaringene fra knoppskytingsaktivitetene.

Ulike faser:

Rekrutteringsfase

- Mobilisere, identifisere og oppsøke aktuelle bedrifter
- Velge ut inntil 8 bedrifter som får tilbud om deltagelse



Utviklingsfase

- Valg av 4-5 ideer for videreutvikling fram mot kommersialisering
 - Utvikling av forretningsplan
- Kunnskapsplattform
- Utvikle kunnskapsplattform inkludert tilpassede utviklingsverktøy og forslag til koblinger mot FoU

Anbefaling og plan for videreføring

- Fremlegge anbefaling og plan for videreføring

Resultat:

- 34 ulike knoppideer vurdert
- 7 ideer valgt tatt ut til utviklingsfasen
- 5 ideer tatt videre over i siste fase fram mot utvikling av forretningsplan
- Kun 2 prosjekter igjen ved prosjektavslutning

Observasjoner og konklusjoner:

- Viktig å motivere og legge til rette for innovasjon og knoppskyting i bedriftene
- Ressurskrevende og kapitalkrevende
- Yngre og mindre bedrifter sliter med å sette av tilstrekkelig med ressurser
- En knopp krever også en gründer med gjennomføringsevne og vilje

Videreføring:

- Økt fokus på knoppskyting – konkrete tiltak gjennomføres
- Hoppid-nettverket tas i bruk ute i kommunene for å sette i gang lokal mobilisering i bedriftene. Det arrangeres Innovasjonskaféer der fokus blir satt på innovasjon og knoppskyting.



Styringsgruppe for prosjektet har vært:

Steinar Johnsen	Innovasjon Norge (leder)
Ingrid Severine Rønstad	Innovasjon Norge
Elisabeth Kandahl	Møre og Romsdal fylke (fom oppstart-tom sept 2008)
Tom Roar Birkelund	Møre og Romsdal fylke (fom sept 2008-tom april 2009)
May Britt Roald	Møre og Romsdal fylke (fom april 2009)

Prosjektets mål og strategier

Effekt mål

- Oppnå flere – og bedre etableringer. Fokus på nyskaping, kvinner, ungdom og KIFT (Kunnskapsintensivt sive forretningsmessige tjenester)
- Utnytte kompetansen i etablert næringsliv til nyskaping og økt innovasjon

Resultat mål

- Utvikle og etablere tiltak og en infrastruktur som aktivt bidrar til å finne og foredle potensielle gründerne med gode forretningsideer
- Øke omfanget av vekstetableringer fra eksisterende næringsliv

Bedriftene i Møre og Romsdal satser på innovasjon og knoppskyting.

<< Bilde lengst t.v.: Propellproduksjon ved Br. Brunvoll i Molde
Foto: Foto: Jørgen Eide

< Bilde t.v.: Vindmølle
Foto: Siv Nærø, Innovasjon Norge



Steinar Johnsen er seniorrådgivar i Innovasjon Norge

Topp og Vekst

Prosjektet Topp og Vekst ble igangsatt i 2006 som et pilotprosjekt under entreprenørskapssatsinga i Møre og Romsdal; hoppid.no.

Prosjektet har vært et ledd i å utvikle Innovasjon Norge sin spissede entreprenørskapssatsing og det å redusere tid og ressursbruk fra ide til globale muligheter. Innovasjon Norge har hatt prosjektledelsen i pilotprosjektet. Målgruppen i prosjektet har vært ny-etableringer (bedrifter under fem år), unge vekstbedrifter eller knoppskyttingsbedrifter fra etablert næringsliv, med tjenester eller produkter som har et internasjonalt potensiale, høy risiko og et stort verdiskapingspotensial.

Effekt målet til prosjektet har vært å bidra til økt etablering av og styrket gjennomføringsevne for konkurransedyktige, framtidrettede og innovative virksomheter med internasjonalt potensiale, som kan bidra til nyskaping og fornyelse av næringslivet. En annen målsetning i prosjektet har vært å utvikle en metodikk/arbeidsmetode for oppfylging av "mer til færre"-strategien som Innovasjon Norge har uttalt. Erfaringer fra prosjektet har dannet grunnlag for en beste praksis i arbeidet med tidligfase vekstbedrifter.

Prosjektet har hatt som ambisjon å til enhver tid følge opp inntil 5 toppetablerere med spesielle tiltak som gjør de i stand til å lykkes i et internasjonalt marked. Individuelle konkrete kvalitative og kvantitative mål har blitt satt for hver enkelt deltagerbedrift. Tre bedrifter ble rekruttert i 2007 og i og i årsskiftet 2007/2008 var de første fem på plass. To bedrifter har i perioden blitt erstattet med nye deltagerbedrifter.

Ulike faser

Rekrutteringsfase:

- Mobilisere, identifisere og lyse ut tilbud til aktuelle bedrifter
- Gjennomføre intervju og velge ut inntil 5 bedrifter for deltagelse

Utviklingsfase:

- Gjennomføre situasjonsanalyser i hver enkelt bedrift
- Utvikling av individuelle handlingsplaner per bedrift
- Formalisere samarbeid i skriftlig avtale mellom Innovasjon Norge og hver enkelt bedrift

Operativ fase:

- Oppfølging av handlingsplaner
- Erfaringsseminar
- Kompetansehevingstiltak for gruppen og for kunde ansvarlige fra Innovasjon Norge
- Skreddersøm og pakking av tjenester
- Finansiering av utviklingsprosjekt
- Rådgiving
- Nettverk – kobling mot relevante fagmiljø og kompetanse nasjonalt og internasjonalt
- Internasjonalisering
- Utskifting av to bedrifter

Plan for videreføring

Tilbudet modifiseres med bakgrunn i erfaringer fra prosjektet og danner grunnlag for ny arbeidsmetodikk i Innovasjon Norge. Satsingen på topp og vekstetablerere videre-

føres i nytt program. Tjenesten "Høyvekst" implementeres i Innovasjon Norge, nasjonalt og internasjonalt. Dette programmet bygger på ideen om å bygge "team" rundt vekstbedriftene og koble på nødvendig kompetanse og nettverk.

Programmet skal bidra til at bedrifter med nye, innovative produkter eller løsninger og stort potensial for vekst og internasjonalisering, lykkes med å realisere sitt vekstpotensial i internasjonale markeder. Programmet retter seg spesielt mot unge bedrifter, ofte kalt "High Potential Start-Ups", "Born Globals" eller "High Growth SMEs". Bedriftene i målgruppen er basert på forretningsidéer med høyt kunnskapsnivå og stort verdiskapingspotensial. Bedriftene befinner seg i – eller rett før – markedsintroduksjonsfasen og kan vise til markedsaksept og konkurransemessige fortrinn som gjør at de kan lykkes i internasjonal konkurranse.

Innovasjon Norge bidrar med at bedrifter i målgruppen får:

- Tett oppfølging av dedikerte Innovasjon Norges rådgivere på utekontor og distriktskontor, som i fellesskap – i et Kundeteam – tar rollen som pådriver og sparringspartner for bedriften over tid.
- Direkte tilgang på å benytte Innovasjon Norges markeds- og teknolog- og forretningsrådgivere på utekontorene, samt deres nettverk, som døråpnere og "koblere" mot aktuelle samarbeidspartnere og potensielle kunder i internasjonale markeder.
- Forenklet tilgang til Innovasjon Norges øvrige kompetanse og nettverk, tjenester og programmer, ved at kundeteamet kobler inn dette ved behov. Tilbud om kompetanseheving om hvordan man skal lykkes med kommersialisering og lønnsom vekst i internasjonale markeder. Innovasjon Norge har fått skreddersydd et Global Entrepreneurship Training program (GET) ved Babson College i Boston – et av verdens ledende institusjoner på entreprenørskapsutdanning.

Observasjoner og konklusjoner

- Fokusering omkring sentrale vekstparametre er nødvendig
- Vekst er ressurskrevende og kapitalkrevende og tar lengre tid en antatt
- Økonomisk gjennomføringsevne kritisk for suksess
- Yngre og mindre bedrifter sliter med å sette av tilstrekkelig med ressurser
- Ledelsen i bedriftene er av stor betydning for resultat
- Stort behov for kompetanse innenfor styrearbeid, markedsutvikling, kommersialisering og internasjonal forretningsutvikling, merkevarebygging, strategiutforming, forvaltning av immaterielle rettigheter, oppkapitalisering, likviditet-, økonomi- og risikostyring
- Oppfølgingen av denne typen bedrifter er ressurskrevende og fordrer at Innovasjon Norge er proaktiv og en pådriver overfor bedriftene

Foto til høyre: De unge gründerene og klesdesignerene bak merkevaren Julius Caesar, her fra Oslo Fashion Week i 2009.
Foto: Julius Ceasar AS

Prosjektets organisering

Prosjektgruppe

Harald Nordal, Innovasjon Norge Møre og Romsdal
Oddrun Trengereid, Innovasjon Norge Møre og Romsdal
Lars Rosvoll, Innovasjon Norge Møre og Romsdal

Arbeidsgruppe:

Egil Høyem avd. Innovasjon og
Entreprenørskap HK
Sakarias Næss, Veiledningsskontoret for
Oppfinnere, HK
Malene Aaram, programansvarlig hoppid.no
Per Alfred Holte, Innovasjon Norge Møre og
Romsdal/Sogn og Fjordane
Steinar Johnsen, Innovasjon Norge Møre og Romsdal
Oddrun Trengereid, Innovasjon Norge Møre og Romsdal
Lars Rosvoll, Innovasjon Norge Møre og Romsdal
prosjektleder

Oppstartsfase:

Lars Rosvoll, prosjektleder
Asgeir Emdal, kundeansvarlig
Lars Sandnes, kundeansvarlig
Christian Temte, kundeansvarlig
Øyvind
Enstad Haga, kundeansvarlig
Torill Sunde Tvinneim, kundeansvarlig
Ingrid Severine Rønstad, kundeansvarlig/prosjekt
medarbeider

Operativ fase:

Ingrid Severine Rønstad, prosjektleder og kunde-
ansvarlig alle bedrifter

Prosjektets mål og strategier

Effekt mål

- Bidra til økt etablering av og styrket gjennomførings-
evne for konkurransedyktige, fremtidsrettede og
innovative virksomheter med internasjonalt poten-
siale, som kan bidra til nyskaping og fornyelse av
næringslivet. Pilotprosjektet skal danne erfarings-
grunnlag for etablering av permanent ordning for
topp- og vekstetablerere.
- I tillegg skal prosjektet bidra til en vesentlig kompe-
tanseheving innenfor partnerskapet med Innovasjon
Norge som operatør, både for partnerskapet/orga-
nisasjonen som sådan og for den enkelte medarbeider
som er involvert.

Resultatmål

- Til enhver tid følge opp inntil 5 toppetablerere med
spesielle tiltak slik at disse blir i stand til å kunne
lykkes i et internasjonalt marked, individuelle konkrete
og kvalitative mål for hver bedrift settes.
- 50 nye arbeidsplasser for 5 prosjekter innen 3-5 år etter
prosjektavslutning



*Ingrid Severine Rønstad er
seniorrådgiver i Innovasjon Norge*



Småsamfunnsatsinga:

Bygdene mobiliserer for trivsel og nyskaping

Småsamfunnsatsinga er breiddesatsinga i hoppid.no. Gjennom satsing på bygdemobilisering kan ein stimulere til auka trivsel, entreprenørskap og etablering av lokale arbeidsplassar, kort sagt: Medverke til at bygda også framover blir ein attraktiv buplass.

Bakgrunn

Landbruksavdelinga har arbeidd med bygdemobilisering i mange år. Gjennom småsamfunnsatsinga fekk ein høve til å målrette dette arbeidet betre, tilføre fleire ressursar og samordne på tvers av nivå og på tvers av ulike organisasjonar.

Landbruksavdelinga har hatt hovudansvaret for satsinga og den var delfinansiert av den nasjonale småsamfunnsatsinga finansiert av Kommunal- og regionaldepartementet (KRD). Småsamfunnsatsinga nasjonalt har hatt særleg fokus på

- Gode tenester og velferdstilbod
- Attraktive lokalsamfunn
- Næringsutvikling

Organisering

Arbeidsgruppa har hatt følgjande medlemmer:

- Eivind Ryste, leiar, landbruksandelinga (2006-2009)
- Synnøve Valle, kulturavdelinga/KS (leiar frå 2010)
- Knut Sjømæling, Møre og Romsdal Bondelag
- Elisabeth Kandal, regional og næringsavdelinga (fram til 2007)
- Malene Aaram, prosjektleiar hoppid.no (2007)
- May Kristin Brekke, regional og næringsavdelinga (2007-2009)
- Marit-Solveig Finset, Eikesdal bygdalag (frå 2008)

Oppgåvene til arbeidsgruppa har vore å gje råd ved behandling av søknader frå nye prosjektbygder, og å kome med innspel til aktivitetar retta mot prosjekta.

Viktige aktivitetar og tiltak:

Økonomisk støtte til bygdemobilisering

Målgruppa for tiltaket har vore frivillige lag eller organisasjonar som vil ta tak for å skape nytt liv i eige lokalsamfunn. Prosjekta skulle leggest opp breitt, og i størst mogleg grad involvere heile bygdesamfunnet. Programmet har retta seg mot heile fylket, utan særskild prioritering av region eller område.

Bygder som vart tekne opp i bygdemobiliseringsprogrammet, har fått økonomisk støtte over tre år, med opptil kr. 100 000,- per år. Støtta er knytt til tiltak som idedugnader, miljøtiltak, utgreiingsarbeid, studieturar, osv.

Nettverksbygging

Aktive prosjekt har vore inviterte til nettverkssamlingar i Ålesund hausten 2006, Sæbø 2007, Tingvoll 2008, Åndalsnes 2009 og Stranda 2010. Samlingane har vore planlagte og gjennomførte i samarbeid med bygdemobiliseringsprosjekta på staden. Desse har vore ein blanding av foredrag, erfaringsutveksling, utferder og uformell nettverksbygging.

Kompetanseheving

hoppid.no småsamfunn har elles arrangert eller gitt støtte til ulike andre arrangement i programperioden.

Oppfølging, informasjon og marknadsføring

Prosjektbygdene er følgde opp gjennom besøk og rettleiing og informerte om relevante kurs, konferansar eller andre tilbod i regi av hoppid.no, Møre og Romsdal fylke, Innovasjon Norge eller andre aktørar. Det er lokalt gjennomført fleire kurs i hoppid.no-katalogen på initiativ frå bygdemobiliseringsprosjekt.

Utviklingsbygda

For å stimulere til ekstra innsats og skape merksemd kring satsinga på småsamfunn, vart det i 2009 teke initiativ til ein ny pris: Utviklingsbygda. Prisen skal gå til det mest aktive og nyskapande bygdesamfunnet i fylket, og består av kr. 25 000,- i prispengar og eit grafisk verk. Prisen vert delt ut av Fylkestinget kvart år, og Hellesylt vart første prisvinnar, som Utviklingsbygda 2009. Valsøybotn vann prisen i 2010.

Formidling av resultat

Vi har aktivt brukt www.hoppid.no for å gjere småsamfunnsatsinga kjend for befolkninga i Møre og Romsdal. Vi har særleg satsa på nyheits saker knytt til søknadsfristar, kurs og samlingar, oppstart av nye prosjekt og oppsummering av resultat. I tillegg har vi prøvd å profilere resultat frå dei einskilde prosjektbygdene. Vi ser at prosjekta får god merksemd i lokalpressa, og det har bidrege til å gjere bygdemobilisering som metode, og hoppid.no som begrep kjent i Møre og Romsdal.

Erfaringar:

Dei gjennomførte tiltaka svarer på målsetjingane i objektmåla. Men effekten av arbeidet må målast i form av den aktiviteten som vert skapt ute i prosjektbygdene. Tilbakemeldingane er klare på at tilskot til bygdemobilisering har skapt ny giv, og ein aktivitet som ikkje hadde vore mogleg utan denne satsinga. Det ligg eit stort mangfald av aktivitetar innanfor dei prosjekta som er sett i gang.

Bygdeforskning har evaluert Småsamfunnsatsinga 2006-2009. Dette er positivt ladde prosjekt som handlar om framtidstru, utvikling nedanfrå og bulyst. Likevel meiner Bygdeforskning det er utfordringar slike prosjekt må ta tak i, mellom anna:

- Får ein prøvd ut "nye modellar for lokalsamfunnsutvikling" på såpass kort tid som 2-3 år?
- Finst det system for å ta med seg læringa vidare?
- Det vert rapportert om stor aktivitet, men ein gløymer i noko grad kva som var føremålet med prosjektet
- Korleis måle suksess og måloppnåing?

På bakgrunn av dette, kan ein konkludere med at bygdemobilisering kan vere ein føremålstenleg måte å drive utviklingsarbeid på:



"Heim frå fotballkamp" i Hjørundfjorden

- Nedanfrå og opp-arbeid
- Kostnadseffektivt pga. den store dugnadsinnsatsen
- Gjer bygdefolk ansvarlege for eiga framtid
- Fremjer samarbeid og samhandling

Korleis vidareføre arbeidet:

Landbruksavdelinga ønsker å halde fram arbeidet med bygdemobilisering, finansiert over BU-midla.

Forslag til endringar i høve til den modellen som er køyrd hittil:

- Færre prosjekt per år (maks 3)
- Styrke kommunen sin rolle i høve til bygdemobiliseringsprosjekta lokalt
- Tydelegare forankring
- Økonomisk bidrag
- Tettare oppfølging (hoppid-kontor)
- Tettare oppfølging frå hoppid.no på fylkesnivå
- Kopling mot KRD sin satsing på "Lokal samfunnsutvikling i kommunane" (LUK)
- Sterkare vektlegging av næringsutvikling i prosjekta (hoppid-kontor)

MÅL

Effekt mål:

- Utvikle livskraftige lokalsamfunn der folk trivst og ungdom finn ei attraktiv framtid
- Skape interesse for entreprenørskap og nyetableringar på bygdene

Objekt mål

- Setje i gang mobiliseringsprosjekt der det vert jobba med bygdeutvikling tufta på entreprenørskap, trivsel, busetjing og tiltak retta mot barn og unge
- Følgje opp mobiliseringsprosjekta med tilbod om kompetanseheving, rådgjeving og nettverksbygging
- Etablere god kontakt mellom mobiliseringsprosjekta, kommunen og hoppid.no
- Samhandle med, og marknadsføre andre satsingar i fylket
- Bruke tilboda frå hoppid.no for å jobbe med entreprenørskap i pågåande mobiliseringsprosjekt
- Gjere småsamfunnsatsinga og hoppid.no kjend for befolkninga i Møre og Romsdal

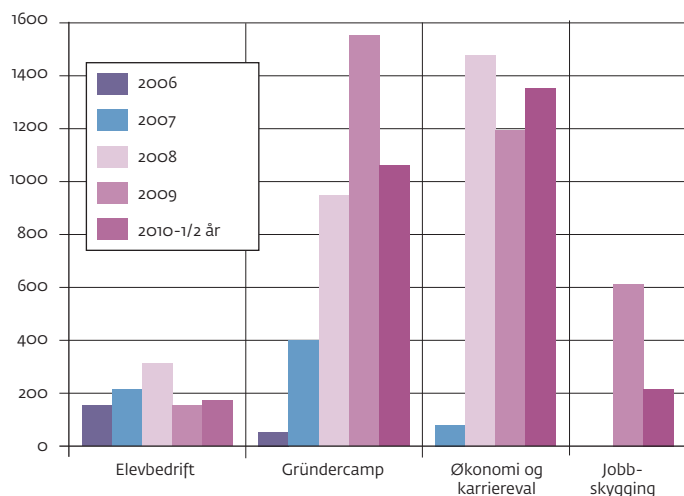
Sjå prosjekt med eigne nettsider:

www.hellesylt.no
www.eikesdal.no
www.hjorundfjord.no
www.vistdal.com
www.solsidenvekst.no



Synnøve Valle, fylkesagronom i landbruksavdelinga / fylkesmannen i Møre og Romsdal

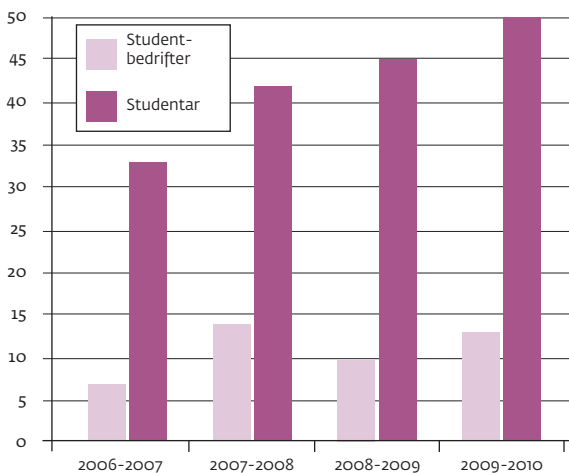
Statistikk



Kvantitative resultat grunnskole

Samla resultat - for program på ungdomstrinnet 2006-2010:
Antall elevar som har gjennomført programma.
Talla for 2010 gjeld berre 1. halvår.

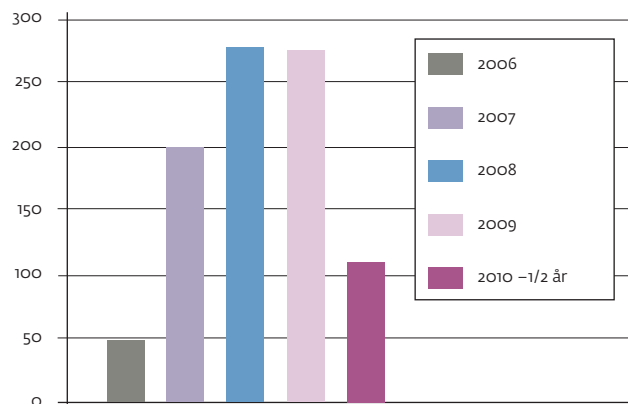
Studentbedrifter i Møre og Romsdal 2006-2010



Skolar som nyttar programma i skoleåret 2009-2010:

-27 av 72 skolar har nytta Økonomi og karrierevalg skoleåret 09/10.
-38 av 72 skolar har nytta Gründercamp i skoleåret 09/10.

Lærarar på kurs



Samla resultat - lærarar på kurs 2006 - 2010. Grunnskole

- Totalt har 750 lærarar deltatt på kurs og fått meir kompetanse i entreprenørskap.
- I tillegg har mange rettleiarar frå bedrifter og organisasjonar deltatt på kurs.
- For å gjennomføre Gründercamp for 1600 elevar reknar ein med at om lag 400 bedrifter/rettleiarar er med.

Studentbedrifter frå Møre og Romsdal gjekk til topps på NM i 2008, 2009 og 2010!

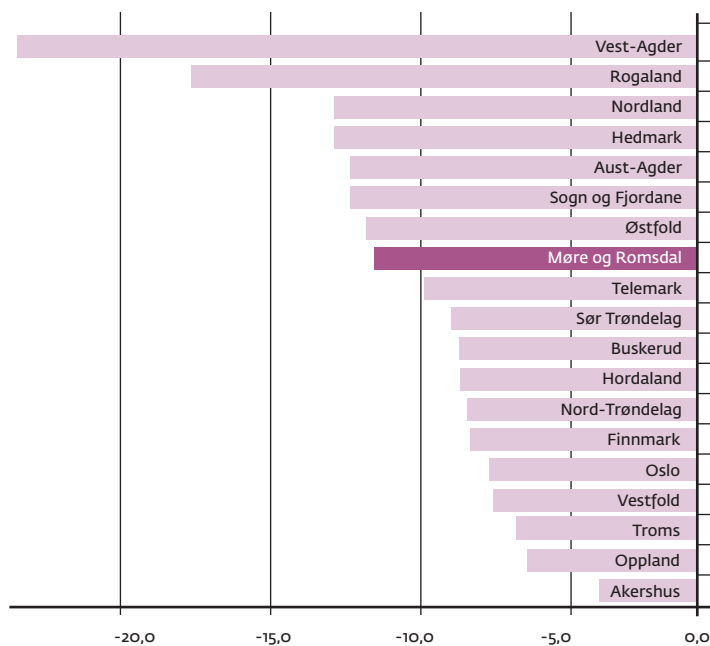
Nyetableringar

I 2009 vart det registrert 1611 nyetableringar i Møre og Romsdal. Dette er ein nedgang frå året før på 210 nyetableringar, eller 11,5% (nyetableringar i primærnæringar og off.adm. er ikkje med.

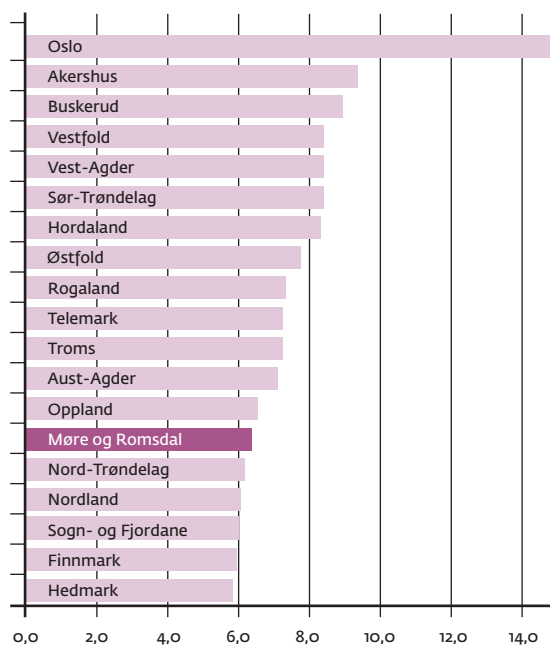
Ser ein derimot på nyetableringar i 1. halvår i 2010 mot 1. halvår i 2009 er det ein vekst med 154 nyetableringar i Møre og Romsdal ellet 17,5% vekst.

Kjelde: Statistisk sentralbyrå

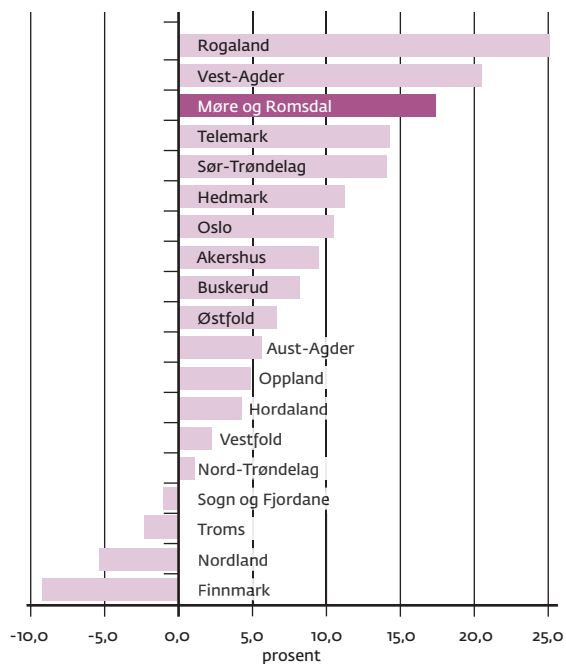
Nyetableringar relativ endring 2008-2009



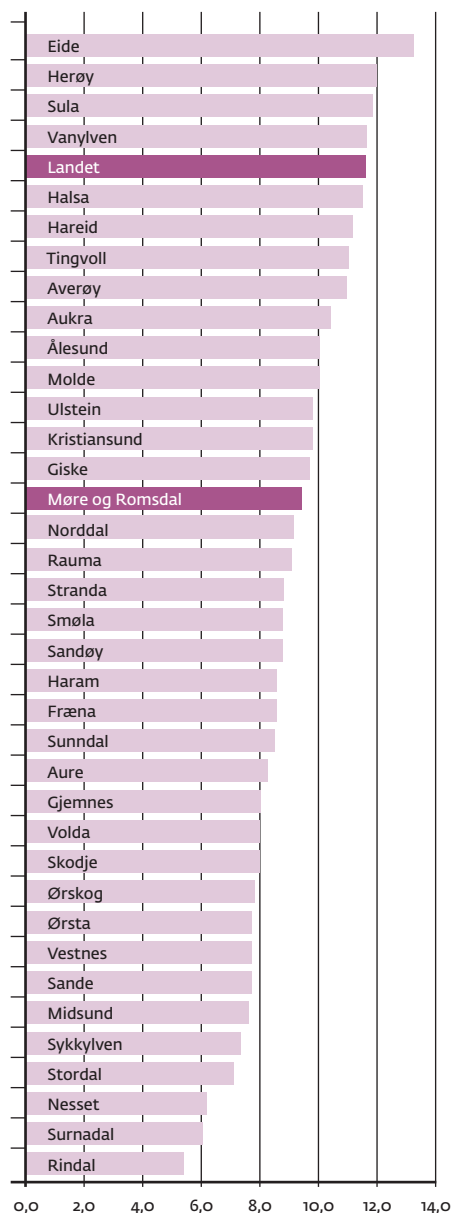
Nyetableringar per 1000 innbyggjarar 2009



Relativ endring i nyetableringar 1. halvår 2010 i forhold til 1. halvår 2009



Etableringsgrad* 2009



*) Etableringsgraden er eit mål som vert nytta for å samanlikne etableringsaktiviteten i ulike område. Etableringsgraden er definert som det relative talet på nyregistrerte foretak i forhold til eksisterande foretak. Etableringsgraden for Møre og Romsdal var i 2009 på 9,5 prosent. Det er 2,3 prosent lågare enn for landet elles.

Merkevaren hoppid.no®

hoppid.no har vore inndelt i fem delprosjekt. Eit viktig innsatsområde i hoppid.no har og vore å bygge delprosjekta under ein felles paraply. Difor har vi jobba aktivt med merkevarebygging og marknadsføring av programmet.

Prosjektets mål og organisering

Effekt mål

- Skal bidra til entreprenørskap og gründerverksemd er eit natuleg nedslagsfelt for media.
- hoppid.no skal være godt kjend regionalt og nasjonalt, Møre og Romsdal skal omtalast som gründerfylket igjen.
- Ved profilering og marknadsføring av merkevaren bidra til at Møre og Romsdal fylke oppnår auke i nyetableringar.
- Bidra til at felles profil, nettside og hoppid.no materiell for virkemiddelapparatet og alle delprosjekta er på plass og godt fungerande

Resultatmål

- Nettsida www.hoppid.no skal fungere som informasjonskanal for etablerarar og virkemiddelapparat.
- hoppid.no skal oppnå fleire og betre oppslag i media retta mot etablerarar og gründerverksemd.
- Logo og namn skal forbindast med etablerarhjelp
- Eit godt fungerande reiskap for arbeidsgruppene, ved og inspirere og heve kompetansen innad i prosjektet, støtte opp om delprosjekta sine arrangement.

Målgrupper

- Brukarar (etablerarane)
- Virkemiddelapparatet ute i kommunane (førstelinetenesta, rådgjevarar og konsulentar)
- Skulane (lærarar og elevar)
- Media

Arbeidgruppe merkevare

Malene Aaram	(2006-2008)	regional-og næringsavdelinga
Elisabeth Kandahl	(2006-2008)	regional- og næringsavdelinga
Oddbjørg Aasen Bjørdal	(2006-2007)	informasjonsavdelinga
Inger Johanne Moene	(2006-2010)	regional- og næringsavdelinga
Tom Roar Birkelund	(2008)	regional- og næringsavdelinga
May-Britt Roald	(2008-2010)	regional- og næringsavdelinga
Odd Harald Karlsen	(2010)	Reputation in mind.



Synleggjering:

I programperioden har vi bygd vår merkevare gjennom ein felles logo. Denne logoen representerer eigarane av programmet og alle delprosjekta.

Vi har nytta oss av følgjande kanalar og profilartiklar:

- Reklamefilm på lufthamner, trafikkterminalar og ferjer, (Møre og Romsdal er et fjord- og ferjefylke).
- Aktiv bruk av lokale og regionale media med fokus på dei gode historiene, som opning av hoppid.no-kontor, vellykka etableringar, gründercampar m.m.
- Skilt på alle hoppid.no-kontor
- T-skjorter, nett, pennar, mapper og andre effektar som har vore delt ut på ulike arrangement som kurs, konferanser, gründercampar, studentmesser etc.

Ei eiga nettside - www.hoppid.no

Oppnådde effektar av delprosjekt merkevare

Merkevaren hoppid.no har blitt kjent både i og utanfor fylket. hoppid.no-kontora har blitt eit kontaktpunkt for nyetablerarar ute i kommunane. Logo og namn skal forbindast med etablerarhjelp. Nettsida har fungert som ein informasjonskanal for etablerarar og virkemiddelapparat. hoppid.no oppnådd mange oppslag og reportasjer i media, både om prosjektet og nyetableringar i fylket.

Merkevarestrategien har skapt ein felles identitet og samhörighet mellom fylkesmannen, Innovasjon Norge, kommunane og fylkeskommunen på entreprenørskapsarbeid.

10 næringsliv **Smarteringer får drahjelp**

Nye smarte idéer og nye ideer er det som trengst for å utvikle nye næringsvirksomheter. I tillegg til å utvikle nye ideer, er det viktig å ha gode samarbeidspartnere som kan hjelpe til med å utvikle ideene. I tillegg til å utvikle nye ideer, er det viktig å ha gode samarbeidspartnere som kan hjelpe til med å utvikle ideene.

Miljø-følger skip fra verft til opphugging

Dei fleste skipa som blir byggt i verfta våre, er byggt med miljø i tanken. Dei fleste skipa som blir byggt i verfta våre, er byggt med miljø i tanken. Dei fleste skipa som blir byggt i verfta våre, er byggt med miljø i tanken.



Treng robust gründer-kultur

- Etter flo kjem fjøre. Det veit vi som bur langs kysten. Slik er det i økonomien og. Derfor treng vi ein gründer-kultur som held stand i gode og dårlege tider. Det meiner Olav Sporsheim, industri-gründer og leiar i styringsgruppa til hoppid.no.

Vakna

Sporsheim har vore både administrerande direktør og gründer. No er han pensjonist, men ei aha-oppleving fekk han til å engasjere seg i hoppid.no.

– Ein statistikk vekte meg: Møre og Romsdal sakkar akterut når det gjeld nyskaping. For eit gamalt gründerfylke er ikkje eit slikt resultat særleg bra. Eg vil bidra til å snu trenden og takka derfor ja til å leie styringsgruppa til hoppid.no, fortel Sporsheim.

Mangfald

Skal vi tru industrigründeren er det viktig med mangfald i næringslivet.

– I ein pressa arbeidsmarknad spør enkelte seg om hoppid.no og auka gründeraktivitet er naudsynt. Eg vil svare at i oppgangstider må vi leggje grunnlaget for nye verksemder. Og i Møre og Romsdal treng vi mange nye verksemder. Vi må ha eit næringsliv med mangfald. Då blir vi ikkje så sårbare i dårlegare tider, og folk med ulik utdanning og kompetanse vil sjå på fylket som ein meir attraktiv stad å bu og arbeide, meiner Sporsheim.

Konkurrans

Konkurrans er viktig for å styrke mangfaldet. Sporsheim fortel at mange aktørar dessverre har negative haldningar til konkurrans. Han meiner lokale verksemder i ein global marknad må tenkje som dei store kleskjedene. Til dømes ynskjer ikkje Hennes & Mauritz å etablere seg på stader kor dei ikkje har konkurrentar. Dei ser at folk vil handle kler der klesbutikkane ligg tett og utvalet er størst. H&M er avhengig av at dei andre populære kleskjedane ligg i nærleiken. Sporsheim meiner det er slik i fleire bransjer. Derfor må næringslivet i Møre og Romsdal sjå positivt på at konkurrentar etablerer seg her. Blir utvalet større, blir regionen attraktiv. – Ei positiv haldning til konkurrans er sjølve ryggmargsrefleksen i ein robust gründer-kultur, seier Sporsheim.

Haldning

Den pensjonerte gründeren tek med seg mykje erfaring inn i hoppid.no. I tida som administrerande direktør i Stålprodukter lærte han kor viktig det er for ei verksemd å ikkje stivne. Ein må tenkje nytt og meistre omstilling. Mest nyttig i hoppid.no-samanheng er likevel erfaringa frå då han var med og etablerte industriverksemda Aktro.

– Då vi starta opp fekk vi etablerarstønad. Det høyses flott ut. Men vi oppdaga fort at mykje byråkrati og papirarbeid var knytta til stønaden. Dei vi fekk stønad frå ville ha dokumentasjon for alt mogleg, og skattereglane var kompliserte. Til slutt måtte eg leige inn revisor for å løyse dei byråkratiske sidene ved stønaden som vi fekk. Då gjekk mykje av vinninga opp i spinninga, fortel Sporsheim. Han meiner dei som styrer offentlege stønadsordningar ofte ser på etablerarar som kjeltringar som utnytter apparatet. Slik vil han ikkje ha det, og gjennom hoppid.no vil han arbeide for at dei som starter verksemd møter ein positiv haldning i støtteapparatet.

– Skal vi få ein robust gründer-kultur, må det offentlege vere ein god støttespelar og ikkje eit hinder, konkluderer Sporsheim.



Olav Sporsheim frå Molde er utdanna ingeniør. Han har og hatt ei rekkje styreverv i både små og store verksemder.

Artikkelen er henta frå ein intervjuserie med styringsgruppa i 2007.

Ingen leik – ingen læring

Det er mottoet til Heidi Leren, gründer i LERENdesign på Åndalsnes og medlem i styringsgruppa til hoppid.no. Ho meiner gode gründerar er realistiske, stortenkjande, arbeidsame og leikande – på ein gong.

Råd mykje verd

- Eg har gründa. Kanskje er eg framleis gründer? Kor lenge er eg gründer? Leren Design har eksistert i 3 år, mange seier at gründerfasen varer i 3-5 år. Så kanskje er eg framleis gründer. Eg engasjerer meg i alle fall i hoppid.no fordi eg sjølv har opplevd kor morosamt det er å vere gründer. Ei av dei viktigaste erfaringane mine er at gode råd er like mykje verd som pengar. Derfor har eg ein del meiningar om kva hoppid.no må satse på, seier Heidi.

Ikkje sy puter

Ho vil ha fleire og betre etableringar i Møre og Romsdal, men set kvalitet framfor kvantitet. – hoppid.no må satse på kvalitetsetableringar. Eit kjenneteikn ved ei slik etablering er at etableraren gjerne tenkjer stort, veit kor han eller ho vil og har eit realistisk syn på korleis ein skal kome dit. Det skal mykje hardt arbeid til for å få ei vellukka etablering. Derfor er det viktig at hoppid.no ikkje syr puter under armane på gründerane, for dei skal ikkje leiast i handa, men få motivasjon til å stå på sjølv, seier Heidi.

Hauste erfaring

Design-gründeren vil at hoppid.no skal vere ei rådgjevnings-teneste og ein nettverksbyggjar for gründerar som verkeleg ynskjer å stå på for ideen sin. – Alle gründerar treng å hauste eigne erfaringar, og då helst utan å gå på ein smell. hoppid.no bør tilby ei mentor-ordning som gjer at gründerane får gode råd. Sjølv fikk eg mykje god hjelp gjennom å bruke internett aktivt, og eg søkte råd blant familie og vener. Næringsforeininga i Rauma, Nordveggen, var og til stor hjelp, seier Heidi. hoppid.no eksisterte ikkje då ho starta LERENdesign, og ho ser at mykje av det hoppid.no tilbyr ville ha vore nyttig hjelp i oppstarten.

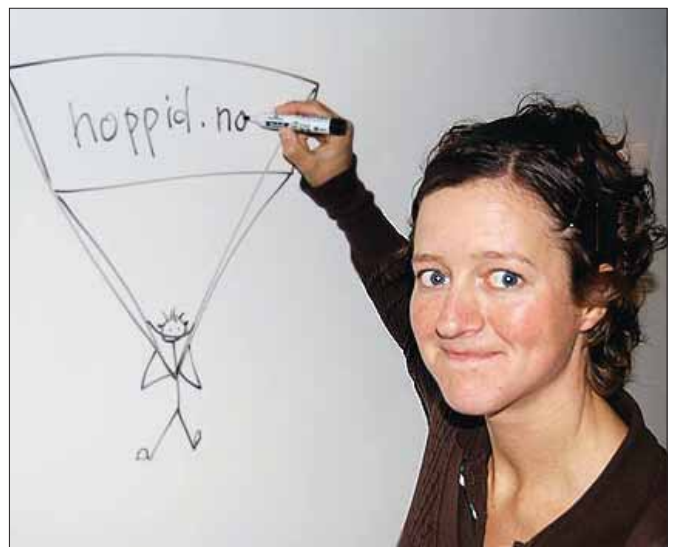
Aldri Møre og Romsdal

Heidi skulle aldri flytte heim att til Møre og Romsdal. Det var ho fast bestemt på då ho budde i Oslo. Ho ville heller ut i den store verda. Men så var ho heime ein tur for å gå i fjellet. Då fekk ho auga opp for næringslivet i heimfylket. – Eg såg at næringslivet her er prega av høg kompetanse og store ressursar, og ikkje minst ei svært positiv haldning. Då

eg budde heime i ungdomsåra tenkte eg ikkje over dette i det heile tatt. Derfor trur eg det er viktig at folk blir kjent med næringslivet vårt. Det skjer så mykje bra her! Legg til natur og livskvalitet, så har du ein perfekt region å bu og arbeide i, slår Heidi fast.

Nytt og spanande

Gründer-verksemdene fører ofte med seg noko nytt og spanande i dei lokalmiljøa kor etableringa finn stad. LERENdesign er ikkje noko unntak. – At vi etablerte oss i Åndalsnes tykkjer dei fleste er positivt. Det er vi glade for. Vi tilbyr tenester som ikkje fantes her tidlegare, og vi kan bidra til at små og mellomstore verksemdar, organisasjonar og lag får eigne profilar og marknadsføringsartiklar. Merkevareprosjektet vi gjorde for Rauma kommune trur eg er eit godt døme på korleis ei nystarta verksemd kan bidra positivt i lokalsamfunnet, seier Heidi.



Heidi Leren frå Åndalsnes er utdanna sivil industridesignar med 5 års utdanning frå institutt for industridesign ved Arkitektthøyskolen i Oslo. Ho har drive eige firma i 3 år. Fritida er nytta til toppturar, basehopping, fallskjermhopping og klatring m.m.

Artikkelen er henta frå ein intervjuserie med styringsgruppa i 2007

Vi treng fornying

- Næringslivet treng alltid fornying. Den beste måten å sikre dette på er å sleppe entreprenørane til, seier Bjørn Tunheim, leiar i Innovasjon Norge i Møre og Romsdal og medlem i styringsgruppa for hoppid.no

Fornyng

Tunheim fortel at mange kjem til han som leiar i Innovasjon Noreg og spør kvifor vi treng fleire nyetableringar no når næringslivet går så det grin. – Eg meiner vi må ha nyetableringar fordi vi treng fornying. Dersom ikkje nye verksemder og nye idear veks fram, trur eg vi mister mykje av morgondagens verdiskaping. Men slepp vi til dei med entreprenør-and og gode idear, går vi framtida tryggare i møte. Å gi gründerane gode vilkår er beste måten å sikre fornying i næringslivet på, meiner Tunheim.

Viktige mål

Den sindige sunnmøringen seier han identifiserer seg med måla som hoppid.no har satt. – Som leiar i Innovasjon Noreg tykkjer eg målet om å dyrke fram fleire og betre gründerar i Møre og Romsdal er godt. Eg meiner vi igjen må komme på gründer toppen i landet. Vi kan ikkje vere kjent med å ligge fjerde sist på statistikken over nyetableringar, slik vi gjorde då den siste rangeringa blei lagt fram, slår Tunheim fast, og legg til at han ser på toppetablerarprogrammet til hoppid.no som spesielt viktig. Det er blant desse etablerarane vi truleg finn morgondagens verkeleg store verdiskaparar, sjølv om det erfaringsmessig tar tid før gevinsten kan hentast ut.

Fiskarkultur

- Eg meiner Møre og Romsdal er eit fylke med spesielt gode vilkår for å lukkast som gründerfylke. Ønsket om å satsa og viljen til å stå på ligg framleis i folkesjela til dei som bur her. Vi har tradisjon for entreprenørskap. Den gamle fiskarkulturen i fylket gjer at folk er vant til å snu seg fort og sjå moglegheiter sjølv i vanskelege tider, seier Tunheim. Han meiner den desentraliserte næringsstrukturen i fylket og gjer det lettare og meir naturleg for folk å starte eiga verksemd.

Utfordringar

Men det er ikkje problemløst. – Kapitalisering er ei stor utfordring. Ofte slit nok dei som startar ny verksemd i Møre og Romsdal med å finansiere dei 5-7 første åra av drifta. Vi i Innovasjon Noreg skal sjølv sagt hjelpe til, men vi

ser ikkje berre negativt på at kapitaliseringa er vanskeleg. Vi ønskjer at verksemda skal ha god forankring hos eigarane, og vi stiller krav til etablerarane for å vere trygge på at dei verkeleg vil starte opp og stå på for å lukkast, fortel Tunheim.

Solid erfaring

Sjølv har han lang fartstid frå det offentlege verkemiddelapparatet, og har blant anna jobba med bedriftsfinansiering. Han er utdanna siviløkonom, ei analytisk og fleksibel utdanning som han meiner å ha hatt mykje nytte av. Før han starta i jobben som leiar for Innovasjon Noreg, arbeidde han blant anna som bedriftsutviklar. Til saman 20 år har han vore i verkemiddelapparatet. – Eg har sett både dei gale og dei rette grepa som har vore gjort opp gjennom åra. Det gjer at eg kan bidra i hoppid.no med råd om korleis ein bør bygge strukturer for og arbeide praktisk med nyetableringar for å lykkast med visjonen om fleire og betre nyetableringar i Møre og Romsdal, avsluttar Tunheim.



Bjørn Tunheim frå Godøya er utdanna siviløkonom frå BI. Han har jobba i Distriktenes Utbyggingsfond, i privat konsulentselskap, STI Møre og Romsdal (SINTEF MRB i dag), Den Norske Industribank og har vore leiar i SND/Innovasjon Norge dei siste 11 åra. Styreleiar i diverse verksemder.

Artikkelen er henta frå ein intervju serie med styringsgruppa i 2007

På rett veg

hoppid.no – oppsummering av fire år med heilskapleg satsing på entreprenørskap i Møre og Romsdal

Å drive heilskapleg arbeid med entreprenørskap, frå mobilisering på skulane og i lokalsamfunna til tenester for internasjonale vekstbedrifter er ei utfordrande oppgåve. Likevel gjekk fylkeskommunen, fylkesmannen og Innovasjon Norge, saman med kommunane, laus på dette i 2006, i det prosjektet som vart heitande hoppid.no. Frå starten av var det viktig for oss å samkøyre dei ulike aktørane som kvar for seg hadde oppgåver som retta seg mot etablerarar. Gjennom dei ulike satsingsområda og organisering i arbeidsgrupper fekk vi samla alle som hadde roller og virkemiddel, og vi vart einige om å jobbe mot eit felles mål.

Felles merkevare gjev felles identitet

Merkevaran hoppid.no har vore viktig for samarbeidet frå starten av. Dette er ikkje fylkeskommunen sin satsing eller Innovasjon Norge sitt prosjekt, dette er hoppid.no, og det inkluderer alle aktørar i fylket, inkludert kommunane. hoppid.no som paraply har skapt arenaer for samhandling og samarbeid på tvers. Dette har skapt begeistring og auka merksemd om entreprenørskap i Møre og Romsdal.

Varig infrastruktur

hoppid.no skulle aldri vere prega av kortsiktige stunts, men heller bygge ein infrastruktur som kunne gje etablerarane eit varig styrka tilbod. Vårt arbeid med førstelinjetenesta i kommunane har bidratt til det. Kommunane har definert kven som er førstelinja, og dei 25 hoppid-kontora er bemanna med sertifiserte rådgjevarar som kan hjelpe etableraren med avklaringar, arrangere kurs og vise vegen vidare.

Å bygge ein gründerkultur

Ein må så før ein kan hauste. Difor har hoppid.no også lagt vekt på mobiliserande arbeid. Vi veit at ungdomar som har entreprenørskap på timeplanen har lettare for å starte bedrift seinare i livet, og vi veit at ei grasrotmobilisering kan lokke fram nye forretningsidear på bygdene. Det må vere lov å prøve og det må vere lov å lukkast!

Vi håper at vår modell for heilskapleg arbeid med entreprenørskap kan vere til inspirasjon for andre område i landet, og at vi saman kan vidareutvikle modellen for fleire og betre nyetableringar.

May Britt Roald
Prosjektleiar hoppid.no

–Støtten fra fylket er gull verdt

For gründer Gry Cecilie Sydhagen har støtten fra Møre og Romsdal fylke med entreprenørskapsutvalget hoppid.no vært uverdig. Nå skal selskapet hennes, MettSoft AS, i samtaler med Møre og Romsdal Skolefond.

Tekst: Stevie E. Engeland

MettSoft AS ble etablert i 2006 etter oppdrag fra Møre vett og Strymerne. De ville ha Sydhagen til å lede tekniske utviklinger rundt nye mobiliseringsprosjekt.

– Vi har utfordringen på skolen, men vi har startet å lære det, forteller Sydhagen.

Utviklingen MettSoft AS er å legge oppbyggingen for miljøarbeid og skole. «Green Passport»-arbeidene skal være en inspirasjon for alle barn og ungdommer på et skolebarn som skal hjelpe for merkevare eller miljø. Nå lever MettSoft løsninger for dette over hele verden.

Røser Møre og Romsdal fylke
Det tar lang tid å etablere et selskap i et område som ikke oppstår helt fra starten av. Dette er ikkje fylkeskommunen sin satsing eller Innovasjon Norge sitt prosjekt, dette er hoppid.no, og det inkluderer alle aktørar i fylket, inkludert kommunane. hoppid.no som paraply har skapt arenaer for samhandling og samarbeid på tvers. Dette har skapt begeistring og auka merksemd om entreprenørskap i Møre og Romsdal.

– Det er veldig høye skilingsnivåer og mange utfordringer i et område som dette. Men vi har vært veldig heldige med støtte fra fylket og kommunane. Det har vært veldig viktig for oss å ha et samarbeid med fylket og kommunane. Det har vært veldig viktig for oss å ha et samarbeid med fylket og kommunane.

I samtaler med skolefondet
Sist skal MettSoft i sin første periode med Møre og Romsdal Skolefond. Fondet er etablert av fylket og kommunane i Møre og Romsdal fylke, og fylket har gitt inn med midler og støtte. Det er etablert et fondet på 10 millioner som skal hjelpe skole og ungdommer med å etablere et selskap i et område som ikke oppstår helt fra starten av.

– Et samarbeid med skolefondet er en viktig del av vår strategi. Det er etablert et fondet på 10 millioner som skal hjelpe skole og ungdommer med å etablere et selskap i et område som ikke oppstår helt fra starten av.



hoppid.no, sammen med gründeren Gry Cecilie Sydhagen og MettSoft AS. Under: May Britt Roald.

Imponert over satsningen

Selvbetjente skal bli et viktig tilbud
I tillegg til å starte bedrift kan det være viktig å ha et tilbud som hjelper med å etablere et selskap. Det er etablert et tilbud som hjelper med å etablere et selskap. Det er etablert et tilbud som hjelper med å etablere et selskap.

Gründerregionen
Innovasjon Norge og Møre og Romsdal fylke har etablert et tilbud som hjelper med å etablere et selskap. Det er etablert et tilbud som hjelper med å etablere et selskap.

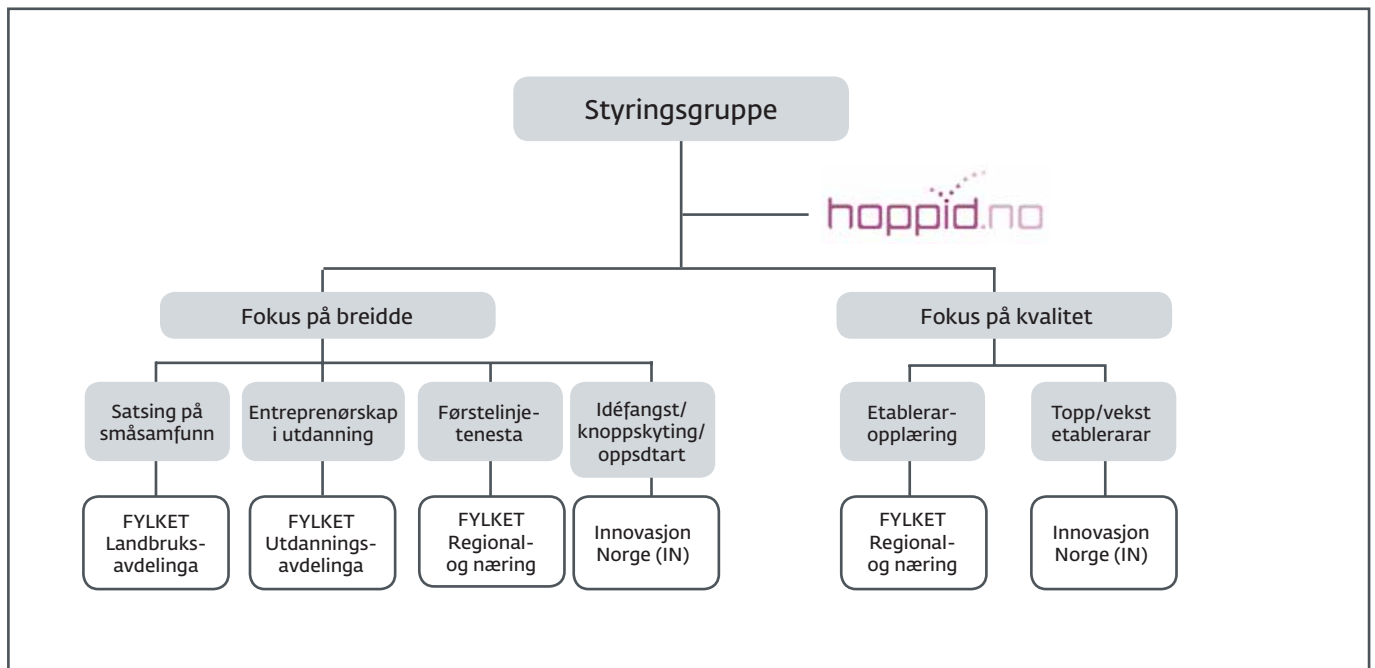


Styringsgruppa hoppid.no

Det er sett ned ei styringsgruppe som har brei forankring i fylket:

Olav Sporsheim	(leiar) gründer, tidlegare direktør i TTS-Aktro
Bodil Hollingsæter	(nestleiar) Sparebanken Møre (2006-2008)
Jørund Alme	(nestleiar) Sparebanken Møre (2008-2010)
Olaug Haugen	Averøy kommune
Idar Ulstein	gründer, Ulstein konsernet (2006-2008)
Heidi Susanne Leren	gründer, Anunatak AS
Inge Huse	gründer, I.P Huse AS (2008-2010)
Steinar Nistad	Høgskolen i Ålesund
Bjørn Tunheim	Innovasjon Norge Møre og Romsdal
Perny Ann Nilsen	(vara Randi Frisvoll) Fylkestinget i Møre og Romsdal, nærings- og miljøutvalget (2006-2007)
Cine Finstad Austnes	Fylkestinget i Møre og Romsdal, nærings- og miljøutvalet (2007-2010)
Bergljot Landstad	Møre og Romsdal fylkeskommune, regional- og næringsavdelinga

Organisering av hoppid.no



Møre og Romsdal fylkeskommune

Fylkeshuset
6404 Molde

Telefon 71 25 80 00
E-post: post@mrfylke.no
www.mrfylke.no
