

Anne Jacobsen

Samarbeid som innovasjonskraft

Rundt TV 2, som er en nasjonal og kommersiell kringkaster, med hovedkontor i Bergen, er det vokst frem et sterkt, internasjonalt medieteknologimiljø, drevet frem av TV 2 sitt behov for å være smarte og konkurransedyktige. Her har ulike bedrifter og miljøer innen medier og medieteknologi samlokalisert seg rundt TV 2, og med det søkt sammen i nye samarbeidsformer, nettverk og fellesskap. Gjennom dette miljøet er det dannet en næringsklynge, bestående av medieindustri, teknologibedrifter, publisister og forskningsmiljøer. Resultatet av samlokalisering og samarbeid er oppsiktsvekkende gode, og innovasjonstakten i medieklyngen er svært høy. Over 80 prosent av klyngens medlemsbedrifter har det siste året lansert nye produkter på markedet, eller hatt viktige gjennombrudd innenfor sine felt. Ti av selskapene i klyngen har alene ansatt 70 nye medarbeidere i 2015. Nøkkelen til vekst og suksess ligger i samarbeid, nærmere bestemt deling av felles ressursgrunnlag, tilgang på kompetanse, innovasjonssamarbeid og nettverksarenaer.

Nylig ble tidenes lengste avisreportasje publisert i Stavanger Aftenblad. Glassjenta, historien om 15 år gamle Idas tid på institusjon under barnevernets omsorg, er både viktig og rystende lesing. Deler av innholdet kan diskuteres fra et etisk perspektiv, men det journalistiske arbeidet er likefullt unikt og viktig. Bergensavisens serie Prisen for et barn, som handler grov menneskehandel, eller Bergens Tidens historie om Janne som opplevde rus, vold og omsorgssvikt, er delt og lest av tusener. Det er ingen journalistikk-krise i dette landet. Mediehusenes forretningsmodeller derimot, er under sterkt press.

Feilslått mediepolitikk, momsutfordringer på digitalt innhold og ikke minst sterke globale aktører som norske mediehus aldri har hatt noen god medisin mot, har vært til hinder for digital omstilling og vekst. Det viktigste hinderet har dog likevel vært at stor deler av mediebransjen har demonstrert manglende

evne til innovasjon. Resultatet er omstillinger og nedbemanning, ofte til smertegrensen i mange mediehus. Fremdeles står de publisistiske virksomhetene overfor store utfordringer.

Medieklyngen i Bergen

Andre deler av mediebransjen er i sterk vekst, og gründeraktiviteten øker. Vi ser mange nyetableringer, høy sysselsetting og verdiskaping innenfor medieteknologifeltet. Denne delen av bransjen kjennetegnes ved høy innovasjonstakt og lean produktutvikling. Her skapes det ny teknologi, nye verktøy og morgendagens løsninger. Medieklyngen i Bergen er et eksempel på et slikt miljø.

Rundt TV 2, som er en nasjonal og kommersiell kringkaster, med hovedkontor i Bergen, er det vokst frem et sterkt, internasjonalt medieteknologimiljø, drevet frem av TV 2 sitt behov for å være smarte og konkurransedyktige. Her har ulike bedrifter og miljøer innen medier og medieteknologi samlokali-

Anne Jacobsen, CEO, NCE Media AS – Norwegian Centres of Expertise.

sert seg rundt TV 2, og med det søkt sammen i nye samarbeidsformer, nettverk og fellesskap. Gjennom dette miljøet er det dannet en næringsklynge, bestående av medieindustri, teknologibedrifter, publisister og forskningsmiljøer.

Ideen med næringsklynger er at nærhet, samarbeid og fellesskap gjør det lettere å dele et felles ressursgrunnlag, utnytte samme kompetanse og kunnskap, og dele erfaring på tvers. Bedriftene i medieklyngen får dermed tilgang på høykompetent arbeidskraft, på kompetanseheving og på felles samarbeidsarenaer. De innoverer gjennom å samarbeide, ta i bruk ny teknologi og kunnskap, og ved å tenke nytt rundt etablerte og gamle problemstillinger.

Næringsklynger er preget av høyere verdiskaping, høyere produktivitet, høyere vekst og høyere lønnsnivå enn ikke næringsklynger, i tillegg til at innovasjon og kommersialisering er høyere innen næringsklynger enn utenfor næringsklynger. Næringsklynger også har større omstillingsevne enn annet næringsliv. (2001 Torger Reve & Erik Jakobsen, Et verdiskapende Norge).

Spinoffs, vekst og verdiskaping

Innovasjonsmotoren i medieklyngen er knyngeorganisasjonen NCE Media, som har som oppgave å bidra til å bringe innovasjonsprosjekter og samarbeidsprosjekter i klyngen til realisering. NCE Media støttes av Innovasjon Norge, Norges Forskningsråd og SIVA, og er ett av 14 Norwegian Centres of Expertice, under programmet Norwegian Innovation Clusters.

Gjennom de siste årene er det sprunget ut en rekke spinoff's av TV2, deriblant flere globalt ledende aktører, som for eksempel Vizrt, og Storm Geo. Med 600 ansatte i 40 land, er Vizrt nå verdensledende innenfor sitt felt og leverer grafikk til 3500 store TV-stasjoner verden over. StormGeo leverer værtjenester og værdata til et bredt marked verden over innen blant annet fornybar energi, offshore, luftfart, telecom og media. Vimond, en annen spinoff av TV 2, lager online videoplattformer, og har også vokst langt utover landegrensene.

Vimond åpnet nylig sitt New York-kontor, og er videre i ferd med å etablere et kontor i Dubai. Vimond jobber med store kunder som Comcast, Nordisk Film og Reuters TV, og har nylig levert iFlix i Asia (den asiatiske versjonen av Netflix). Mosart Medialab, nå kjøpt av Vizrt, ble valgt som eneste leverandør av nyhetsautomasjon til BBC, mens Wolftech, en av de ferskeste utspringene av TV 2, lager arbeidsflyt- og effektiviseringssystemer for journalistikk- og nyhetsvirksomhet. Alle disse aktørene har sitt opphav i TV 2 og sitt tilholdssted rundt TV 2 i Bergen. Etterhvert har medieklyngen vokst kraftig og teller nå hele 80 bedrifter innenfor medieteknologi, broadcast, journalistikk, animasjon, grafikk, visualisering, sensorteknologi, robotikk, spilletutvikling, film og så videre.

Høy innovasjonstakt

Målsetningene for fellesskapet i medieklyngen er høye, der visjonen er å skape et internasjonalt ledende miljø for innovasjon og kunnskapsutvikling innenfor medieteknologifeltet. Gjennom målrettede aktiviteter, innovasjonssamarbeid og nettverksarenaer øker vi verdiskaping og vekst i bergensregionen, i tillegg til å påvirke den digitale transformasjonen i medieindustrien – både nasjonalt og internasjonalt.

Innovasjonstakten i medieklyngen er svært høy. Over 80 prosent av klyngens medlemsbedrifter har det siste året lansert nye produkter på markedet, eller hatt viktige gjennombrudd innenfor sine felt. (Kilde: Survey NCE Media, nov 2015) Ti av selskapene i klyngen har alene ansatt 70 nye medarbeidere i 2015. Hva er suksessfaktoren?

Medieklyngen har et godt utgangspunkt. Bergen har sterke forskningsmiljøer, nærhet til såkalte "krevende kunder" som for eksempel TV 2, samt tilstedeværelse av sterke og globale medieteknologiaktører (Vizrt, Vimond etc). Klyngen preges av entreprenørmentalitet, det er høy tillit mellom aktørene og ikke minst finner vi en sunn balanse mellom konkurranse og samarbeid. Dette bidrar til å styrke bedriftenes konkurransekraft. Til-

gang på felles samarbeidsplattformer er helt avgjørende! Innovasjon skjer ikke i et vakuum. Klyngefelleskapet er samarbeid satt i system. Når bedrifter samlokaliseres, samarbeider og deler felles ressursgrunnlag, gir det svært gode resultatene i form av en enorm verdiskaping og knoppskyting.

”Myten om det ensomme geni – gründer eller forsker – som kommer frem med briljante oppfinnelser som erobrer verden uten hjelp, er nettopp det: en myte. Alle innovatører er på en eller annen måte koblet opp mot nettverk av bedrifter og organisasjoner.” (Innovasjon Norge)¹

Styrker journalistikken

Ved kommunevalget i 2015 så vi et samarbeid mellom byens aviser og NRK Hordaland, med nyutviklede tjenester knyttet til valgdekningen for ungdom. Vi har spillutviklingsmiljøer med store internasjonale gjennombrudd, og vi geolokaliserer nyheter i samarbeid med verdens største mobilselskaper. Klyngen har en lang rekke aktører som leverer nyhetsformidling på helt nye måter – både i et lokalt, nasjonalt og globalt perspektiv. På denne måten får også den gode journalistikken bedre kår, når frem til flere og gjør en forskjell. Klynge-samarbeidet og mulighetene som byr seg på ulike fellesarenaer blir således en viktig driver for omstilling, innovasjon og digitalisering også for aviser og mediehus som er presset.

Selv om de ”tradisjonelle” mediehusene i byen, som for eksempel Bergens Tidende og Bergensavisen også nedbemanner og sparer, har de likevel et unikt ressursgrunnlag tilgjengelig gjennom medieklyngens samarbeidsarenaer, og gjennom klyngeprosjektets felles kompetansegrunnlag. Dette er et samarbeid som ikke behøver å krysse redaksjonelle grenser, men der fremtidens teknologi, forteller-verktøy og visualiseringstjenester utviklet i fellesskap i klyngen setter de redaksjonelle miljøene i stand til å fortelle god journalistikk og viktige historier på nye, bedre og mer effektive måter. Dette gjør for eksempel at Bergensavisen kan utvikle nye plattformer for lokal debatt, og er videre et rammeverk der Bergens

Tidende og Schibsted utvikler og etablerer tjenester som Livvin (ny plattform for salg av boliger) eller nisjenettstedet Sysla Grønn (nyheter innenfor energi og miljø).

Tverrfaglig samarbeid

I 2014 leverte medieklyngen i Bergen OL fra Sotsji til det norske folk. TV 2, Vizrt, Vi-mond, Sixty, Knowit og flere andre aktører fra klyngen leverte gjennom samarbeid og i fellesskap over 700 timer TV-sending i tillegg til 1300 timer web-TV. Alt skapt med teknologi fra medieklyngen. I disse dager søker flere av klyngens selskaper igjen sammen for å løfte OL i Rio.

På felles samarbeidsarenaer ser vi også at aktører fra ulike fagområder finner sammen i helt nye, tverrfaglige konstallasjoner, som igjen bringer viktig innovasjon og nye løsninger. Ett eksempel er samarbeidet mellom selskapet Scandinavian Reach Technologies AS, som jobber med sensortechnologi, og Goontech. Sistnevnte selskap har bakgrunn fra spillutvikling, med spisskompetanse på visualiseringsverktøy. Sammen lager de to selskapene et innovativt og helt nytt beslutningsstøtteverktøy for krevende evakuerings-situasjoner om bord i skip og oljerigger. Systemet implementeres i disse dager av sjøforsvaret. Først ut er KNM Olav Tryggvason.

Studenter som ressurs

Videre er det tette samarbeidet mellom utdanningsinstitusjonene og medieindustrien i Bergen svært viktig. NCE Media har en katalysatorrolle i slike prosjekter, og har som oppgave å styrke bånd mellom forskningsmiljøer og medie- og teknologibransjen. Tre studenter fra faget Nye medier ved Universitetet i Bergen har i samarbeid med Mobiletech fra medieklyngen gjort spennende nybrottsarbeid for mediebransjen. Som en del av studentenes bacheloroppgave har de utviklet en helt ny annonseplattform, RAD – Responsible advertising. Denne kan være en løsning på utfordringen aviser og mediehus opplever med betydelige frafall av annonseinntekter. Her

er det tenkt nytt rundt gamle problemer, og resultatet er svært lovende.

Media City Bergen

Snart flytter store deler av medieklyngen inn under samme tak i Media City Bergen. Når den nye kunnskaps- og næringsparken står ferdig i 2017 vil den inneholde store deler av medieindustrien, et rikt studentmiljø fra Universitetet i Bergen, et greenhouse for gründere og nyskaping og ikke minst en medielab for det fremste innen innovasjon og forskning. Ambisjonene er høye! Etablering av disse prosjektene er viktige langt utenfor mediebransjen. De skal skape vekst, verdiskaping og nye arbeidsplasser i hele regionen.

Det som virkelig er unikt i den bergenske mediesfæren er viljen til å først identifisere hva man kan utvikle sammen – hva som kan skapes i fellesskap. Deretter avklare hva man

må konkurrere om. Det er en tankegang som kjennetegner innovatører. Og minst like spennende er det at innovasjon og nye løsninger skapt i medieklyngen, knyttet til grafikk, animasjon, 3D, sensortechnologi, robotikk, visualisering og så videre, har stor overføringsverdi til andre bransjer som f.eks. helse, havbruk, subsea, turisme eller energi.

Innovasjon har best kår når ulike miljøer møtes, eller når ulike deler av en verdikjede samhandler og samarbeider. Ved at studenter, forskere og mediebedrifter blir samlokalisert under samme tak i Media City Bergen, vil relasjonene og båndene styrkes ytterligere, og sørge for enda kortere vei til innovasjon og nyskaping.

Not

1. <http://www.innovationclusters.no/globalassets/files/nic/publikasjoner/naringsklynger-2015-oppslag.pdf>