

INNOVASJONSHUSET BRIGHT HOUSE

*En casestudie som baserer seg på konseptet
innovasjonshus og samlokalisering*

Master i Innovasjon – spesialisering i ledelse og organisasjon

Fakultet for økonomi og samfunnsvitenskap

Handelshøgskolen i Innlandet, Lillehammer



Høgskolen
i Innlandet



Skrevet av

Lisa-Marie Hovland 401

&

Tea Margrete Fellingen Opkvitne 407

12.Juni.2020

Lillehammer

Forord

Vi startet på Høgskolen i Innlandet Lillehammer høsten 2018 og er snart ved enden av studietiden. Det har vært to år med ny kunnskap, venner, glede og stressende eksamensperioder. Før vi er helt ferdige, skal vi nå levere vår masteroppgave. Denne oppgaven er vårt siste ledd i Master i Innovasjon, og siden januar har masteroppgaven vært hovedfokuset, det har vært en lang prosess som nå går mot slutten og neste steg nå er arbeidslivet. Vi er begge to fornøyde med arbeidsinnsatsen, samarbeider og den nye kunnskapen vi har tilegnet oss.

Det er mange vi ønsker å takke gjennom denne masteroppgaven. En stor takk til veileder Atle Hauge, for gode råd, lærerike og inspirerende diskusjoner - ikke minst tilliten du ga oss. Vi hadde hele tiden et ønske om å skrive om noe som interesserte oss, og det fikk vi til med god hjelp fra deg. Innovasjonshus ble valget, og derfor ønsker vi å rette en stor takk til Bright House og Gjøvikregionen Utvikling - som takket "ja" til å være vårt forskningsobjekt. Her vil vi takke alle som har vist interesse for oppgaven, for alle møtene vi har vært "fluer på veggen" på, og for at dere hjalp oss etter beste evne.

En takk til alle våre informanter, som har stilt opp til intervju - uten dere hadde det blitt vanskelig for oss å gjennomføre. Vi må også rette en stor takk til kjærester, familien og vennene våre, dere har gitt oss støtte, et sted vi kan utdype frustrasjon og gitt oss oppmuntrende ord når det trengtes.

Nå er vi klare for å levere vår siste arbeidsoppgave, noe som også er vemodig. De to siste årene har vært en super og lærerik tid, med gode forelesere og fantastiske medstudenter. Takk for oss.



Lisa-Marie Hovland



Tea Margrete Fallingen Opkvitne

Lillehammer, 12.juni.2020

Sammendrag

I denne oppgaven er de sentrale temaene innovasjonshus, samlokalisering, coworking/co-creation, innovasjonskultur og innovasjonssystemer. Formålet med denne studien er å forske på det nyetablerte innovasjonshuset Bright House på Mustad Næringspark Gjøvik, hvor vi har benyttet oss av en kvalitativ casestudie for å besvare oppgavens problemstilling.

Besvarelsen av oppgaven er basert på forankring i teori, informantintervju, observasjoner, workshop og dokumentstudie. Med en robust datakilde med datainnsamling fra ulike hold, kan vi dermed si at reliabiliteten i oppgaven er pålitelig.

Resultatet som kommer frem er at konseptet Bright House på mange måter er “på god vei”, men vi ser at det er rom for forbedringer for å utnytte alle muligheten som Bright House ikke benytter seg av i dag. Vi har sett på de beslektede begrepene samlokalisering og coworking/co-creation, samt at deler av de fysiske omgivelsene mangler for å skape de sosiale interaksjonene. Dette er basert på både egne observasjoner, men også utsagn fra informanter.

Vi ser også på dagens innovasjonssystem, noe som viste seg å bli et av de mest overraskende og interessante funnene i oppgaven. Da det var ulike spenninger i virkemiddelapparatet, og hva de legger i et innovasjonssystem. Avslutningsvis blir det presentert egne anbefalinger til Bright House, og hvor vi ser forbedringspotensial.

Innholdsfortegnelse

1.0 INNLEDNING.....	6
1.1 TEMA OG BAKGRUNN	6
1.2 PROBLEMSTILLING OG FORSKNINGSSPØRSMÅL.....	7
1.3 OPPGAVENS OPPBYGNING OG AVGRENSNINGER	8
1.4 BRIGHT HOUSE.....	9
2.0 TEORETISK GRUNNLAG.....	11
2.1 KONSEPTET INNOVASJONSHUS	12
2.1.1 <i>Utforming av huset</i>	16
2.2 INTERNE	19
2.2.1 <i>Co-creation og coworking</i>	19
2.2.2 <i>Kunnskapsbaser</i>	22
2.2.3 <i>Innovasjonskultur</i>	23
2.3 EKSTERNE	25
2.3.1 <i>Innovasjonssystemer</i>	25
3.0 METODE.....	29
3.1 KVALITATIV METODE	30
3.2 INTERVJU - UTVALG - GJENNOMFØRING.....	30
3.3 VALG AV INFORMANTER.....	33
3.4 OBSERVASJONER	34
3.5 ETNOGRAFISK OBSERVASJON - DELTAKENDE OBSERVASJON	35
3.6 WORKSHOP	36
3.7 GJENNOMFØRINGEN AV WORKSHOP	36
3.8 DOKUMENTSTUDIER	37
3.9 ANALYSE.....	38
3.9.1 <i>intervju</i>	38
3.9.2 <i>Workshop</i>	40
3.9.3 <i>Dokumentstudie</i>	40
3.10 UTFORDRINGER UNDERVEIS	41
3.11 MERKNAD	42
4.0 EMPIRISK ANALYSE OG DISKUSJON	43

4.1 KONSEPTET INNOVASJONSHUS	45
4.1.1 Innovasjonshuset <i>Bright House</i>	45
4.1.2 <i>Utforming av huset</i>	47
4.2 INTERNE	52
4.2.1 <i>Aktører i Bright House (co-creation)</i>	52
4.2.2 <i>Coworking</i>	55
4.2.3 <i>Innovasjonskultur</i>	61
4.3 EKSTERNT	66
4.3.1 <i>Satsing og behovet for et innovasjonshus i regionen</i>	66
4.3.2 <i>Dagens innovasjonssystem</i>	70
4.4 WORKSHOP FUNN	77
5.0 AVSLUTTENDE REFLEKSJON	79
5.1 KONKLUSJON.....	79
5.2 ANBEFALINGER FOR BRIGHT HOUSE	81
5.3 FORSLAG TIL VIDERE FORSKNING	84
8.0 LITTERATURLISTE	85
9.0 VEDLEGG.....	90
VEDLEGG 1. INTERVJUGUIDE	90

Modelloversikt

Modell 1. Disposisjon for oppgaven	8
Modell 2. Ni kulturelle kjennetegn for å lykkes med innovasjonsarbeid.....	23
Modell 3. Oversikt funn.....	44

1.0 Innledning

I dagens samfunn er innovasjon et stort tema når det gjelder forskjellige næringer og organisasjoner, begrepet har i de siste årene fått mye oppmerksomhet og stadig ny betydning. Hverdagen til flere organisasjoner er i stadig endring da verden er i kontinuerlig endring når det gjelder både digitalisering, effektivisering og globalisering. Innledningsvis vil vi gå gjennom grunnmuren i oppgaven. Dette innebærer oppgavens tema, bakgrunn, problemstilling, oppgavens oppbygging og en kort presentasjon av Bright House.

1.1 Tema og bakgrunn

Tema for oppgaven er det nyetablerte innovasjonshuset på Mustad Næringspark, Bright House. Hovedtemaet for oppgaven blir dermed innovasjonshus, samt se på interne (innovasjonskultur, coworking) og eksterne (innovasjonssystemer) forhold til huset. Litteraturen rundt de ulike temaene vil bli presentert i eget kapittel senere i oppgaven. Ved å studere på innovasjonshuset, ønsker vi å få innblikk i dagens situasjon og et ønske om å hjelpe til ved å gi anbefalinger til fremtiden. I regionen finnes det ikke mange etablerte innovasjonshus, og med tanke på vår studie ved Høgskolen i Innlandet så vi på dette huset som en mulighet til å utarbeide en god masteroppgave. Samt en fin avslutning på vår studietid.

Egne tanker og meninger rundt et slikt hus er aktuelt i en tid med digitalisering, effektivisering og fremtidsrettede løsninger. Siden dette var en oppgave vi skulle jobbe med over en lengre periode, var det viktig for oss å skrive om noe som interesserte oss. Samtidig det å bruke kompetansen vi har tilegnet oss, og bruke oppgaven som en “god erfaring” å ta med inn i arbeidslivet. Vi hadde også et mål om å kunne bidra med noe, og siden huset var nyetablert øynet vi et håp om det. Hensikten med denne oppgaven er å skape et bedre bilde av det nyetablerte innovasjonshuset på Gjøvik. Hvordan fungerer innovasjonshuset i dag? og hvordan er interne forholdene? Det er også viktig å påpeke at oppgaven ikke skrives for, men om Bright House. I neste delkapittel ønsker vi å presentere problemstilling og forskningsspørsmålene for caset.

1.2 Problemstilling og forskningsspørsmål

I dette delkapittelet skal vi gjøre rede for problemstilling og forskningsspørsmålene for oppgaven. Dette er en caseoppgave der tema vil være knyttet til betydningen av samlokalisering for innovasjon, samt en forskning på interne og eksterne forhold på Bright House. Underveis i forskningsprosessen vår har vi også måtte revidere forskningsspørsmålet, noe som er vanlig i en slik prosess. Vi valgte å revidere når vi så behovet for å snevre inn og konkretisere spørsmålet mer detaljert. Etter flere diskusjoner og hardt arbeid har vi kommet frem til følgende forskningsspørsmål, med delspørsmål:

På hvilken måte fungerer Bright House som et innovasjonshus for leietakerne?

Hva kan de gjøre for å styrke sin rolle som innovasjonshus?

Hvilken rolle har Bright house i Gjøvikregionens regionale innovasjonssystem?

Bright House har som formål å utvikle det eksisterende næringslivet i Gjøvikregionen, for at de kan vokse og forbli attraktive. Gjennom samlokalisering ønsker de å samle flere sentrale aktører på et sted og skape et miljø for innovasjon. Innovasjonshuset har også et stort ønske om å kunne bidra til flere arbeidsplasser gjennom nye oppstartsbedrifter og prosjekter. Forskningsspørsmålet i denne masteravhandlingen består av tre forskningsspørsmål. Det første spørsmålet omhandler Bright House og dagens situasjon, og skal gi oss et bedre overblikk av Bright House i dag. Det andre spørsmål henger sammen med det første, men skal brukes som et utgangspunkt til forbedringspotensialet til Bright House, og styrke sin rolle som innovasjonshus. Mens det siste spørsmålet omhandler innovasjonssystemer. Med dette ønsker vi å få et innblikk i dagens system, og hvilken rolle Bright House har i Gjøvikregionens regionale innovasjonssystem.

1.3 Oppgavens oppbygning og avgrensninger

Vi ønsker i denne delen av oppgaven å presentere oppgavens struktur og avgrensninger.

Denne masteravhandlingen er delt inn i 5 hovedkapitler.



Modell 1. Disposisjon for oppgaven

Kapittel en er innledning av oppgaven, vi har allerede presentert tema, formål, forskningsspørsmål - og vil i neste delkapittel presentere Bright House. I kapittel to blir det teoretiske grunnlaget for casestudien lagt frem, som vil være grunnlaget for videre analyse og diskusjon. I kapittel tre vil vi gjøre rede for metoden som har blitt benyttet for å samle inn data og hvordan vi har gått frem i forskningsprosessen. Vi vil også si noe om valg av metodetilnærming, presentere hvordan datainnsamlingen har foregått, samt si noe om hvordan vi har analysert og tolket data som har blitt samlet inn. Kapittel fire omhandler den empiriske analysen og tilhørende diskusjon, her vil vi presenterer relevante og informative funn. Hvor vi samtidig vil drøfte og diskutere funnene opp mot relevant teori og forskningsspørsmål. Avsluttende kapittel vil inneholde konklusjon, anbefalinger og forslag til videre forskning.

Denne casestudien konsentrerer seg kun på selve innovasjonshuset Bright House, altså hvordan det fremstår i dag. Oppgaven vil kun omhandle aktuelle aktører som har en tilknytning til Bright House per dags dato, og på grunn av anonymisering kommer informantene fra de ulike aktørene til å bli presentert som “informant 1, informant 2” etc. Vi ønsker å rette fokuset på blant annet konseptet innovasjonshus, for så å belyse de interne og eksterne forholdene på Bright House. I neste delkapittel skal vi kort presentere Bright House, dette for å gi leseren et innblikk i huset som helhet og dens historie.

1.4 Bright House

Bright House er et bygg som ligger i Mustad Næringspark på Gjøvik. O Mustad & søn har siden 1877 utviklet fiskekroker, og var den første i verden med å utarbeide en helautomatisk fiskekrok maskin. I 2004 ble Mustad Næringspark etablert, og gikk fra å produsere fiskekroker til å jobbe med eiendomsmasse. I dag er parken utbygget til å omhandle mye mer enn bare fiskekroker. De leier ut og forvalter næringseiendommer til både små og store bedrifter – her er det mange spennende kompetansebedrifter på et arbeidssted. Næringsparken har ledige lokaler for potensielle leietakere, og er allerede i gang med å utarbeide store fremtidsplaner for både gamle og nye bygg. Navnet “Bright” er ingen tilfeldighet, fra gammelt av ble bygget benyttet til “brighting” av fiskekrokene ved å legge de i syrebad for å gjøre de blanke og fine. Denne prosessen eller fasen kan ses i sammenheng med ønske om hva bygget skal stå for, derfor ble navnet på bygget et enkelt valg.

Innovasjonshuset er et samarbeid mellom kommuner i Gjøvikregionen (Østre, Vestre, Gjøvik, Nordre- og Søndre Land), Fylkeskommunen og Mustad Næringspark (Gjøvikregionene Utvikling, Total innovation, Innovasjon Norge og Kontur). Politikerne, næringspådriverne og investorer i regionen så på huset som en viktig satsing for fremtiden i regionen - og planer ble satt i gang.

Når arbeidet med planleggingen var i gang, kom Mustad Næringspark på banen og var interessert i samme planer for et av byggene i parken - det ble da bestemt at huset skulle bli etablert på Mustad. Planene ble høyst aktuelle når Høgskolen i Gjøvik nyåret 2016 ble NTNU, muligheten for å koble studenter og næringslivet kunne bli enda tettere enn før. Etterspørselen etter kompetanse fra NTNU vekker stor interesse fra ulike bedrifter når universitetet ligger så tett på.

Bright House huser ulike bedrifter som; Gjøvikregionen utvikling, Avisimo, Flyt, Total Innovation og Tuyo Design, for å nevne noen. Per dags dato er NTNU institutt for Design, og Kontur arkitekt de to største leietakerne på huset. Fra NTNU er det totalt 350 studenter og ca. 50 forelesere/Phd-kandidater som har forelesninger eller mac-lab på Bright House. På huset er det også etablert Works/coworking, der det i dag er tilknyttet 10 ulike bedrifter fra ulike

bransjer. Noen av disse har faste plasser, mens andre har enten fleksible eller timesbaserte plasser.

Ønske og målet med huset er å samle flere aktører på samme sted, skape nye ideer, øke antall arbeidsplasser, og utvikle og styrke eksisterende samarbeid i regionen. I huset finner man blant annet en mentor-ordning, som går ut på at mennesker eller studenter kan komme for å få hjelp til å realisere drømmen sin.

Innovasjonshuset er et nyetablert hus, og arrangerer ulike arrangementer for å samle aktører og mennesker. Terskelen for å møte nye mennesker og komme i kontakt skal være lav, derav er bygget utarbeidet til å ha store og åpne flater, med en felles hovedinngang, stor kantine og åpne trapper. Selve bygget gir rom for å komme i uformelt og formelt kontakt, men om bygget skaper det såkalte innovasjonsmiljøet som det ønsker, er vanskelig å forstå ved første øyekast. Da bygget preges av å være et gammelt industriområde og noen av kontorene er bygget som såkalte “celle-kontor”. Innovasjonshuset hadde felles åpning 14.juni.2019, så huset i seg selv er ganske så nyetablert selv om arbeidet med å få huset “opp å gå” startet lenge før dette.

Nå har det snart gått et år siden huset ble åpnet, og de forklarer selv at de er ferdig med såkalt “fase 1”. I strategiplanen har de utarbeidet både en modell og en beskrivelse av fase 2 og 3, men har valgt å gå bort i fra disse da de har kommet mye lengre på det første året enn de i forkant hadde trodd. Nå er de i full gang med å utvikle en ny og helhetlig strategiplan for de kommende tre årene (2021-2023).

2.0 Teoretisk grunnlag

I dette kapitlet skal vi gjøre rede for det teoretiske grunnlaget som er relevant for vår casestudie og videre analyse, teorien skal brukes som et verktøy for å svare på problemstillingen. Begrepet innovasjon er et sentralt og viktig begrep, vi vil dermed kort belyse begrepet “innovasjon”. Vi ønsker deretter å presentere hva som kan forstås rundt konseptet innovasjonshus, og presentere de beslektede begrepene; samlokalisering og co-creation/coworking. Ved å knytte begrepene sammen, gir det oss en forståelse av konseptet innovasjonshus - og hvordan Bright House benytter seg av muligheten med å være samlokalisert i dag. Vi tror dette kan hjelpe oss mot en besvarelse av problemstillingen, og gi anbefalinger videre til Bright House.

Vi kommer også til å se på teori rundt de interne forholdene, herunder innovasjonskulturen. Ved å forstå dagens kultur får vi oversikt av dagens situasjon og vi får et bilde av eventuelle forbedringer. Et av forskningsspørsmålene handler også om å se på rollen Bright House har i Gjøvikregionens innovasjonssystem, det kommer dermed til å bli presentert relevant teori rundt dette.

I dagens samfunn er innovasjon et stort tema når det gjelder forskjellige næringer og organisasjoner, begrepet har i de siste årene fått mye oppmerksomhet. Hverdagen til mange bedrifter endres stadig, da dagens tid er preget av stadig endring og behov for digitalisering, effektivisering eller økt konkurranse globalt. Noe som påvirker at man stiller høyere og nye krav til bedrifter, for å kunne tilpasse seg. Men også for å opprettholde sitt konkurransefortrinn.

Innovasjonshus og samlokalisering av ulike bedrifter har blitt en ny trend de senere årene, og fordelene med å dele kompetanse og kunnskap blir stadig etterlyst.

Ved å fokusere på innovasjon kan dette gi bedriften konkurransefortrinn og vil fremme en kontinuerlig vekst. Finansavisen legger frem i en artikkel fra 2019 at gründere og startups (innovative mennesker) får en statlig støtte mer en noen gang (Finansavisen, 19. oktober. 2019).

La oss se nærmere på ordet innovasjon og dens betydning. Det finnes ulike definisjoner på hva innovasjon er i litteraturen, men de fleste har samme essensen. Ordet innovasjon betyr fornyelse, eller begrenset endring, en kontinuitet og diskontinuitet. I nyere tid har definisjonen fått et bredere spekter, innovasjonens resultater, altså hva som er nytt innenfor tjenester, produksjons- eller arbeidsprosess, organisasjonsmodell og forretningsmodell (Aasen & Amundsen 2011). En av de mest kjente definisjonene av innovasjon er Schumpeter (1934) er; innovasjon betyr å gjøre noe nytt eller fornye - gjerne et produkt, en ny teknologi eller tjeneste. I korte trekk handler innovasjon at noe “nytt blir til nytt produkt” eller “ny måte å gjøre ting på”, og at det blir tatt i bruk og får en konsekvens (verdi) (Aasen & Amundsen 2011). I litteraturen finner man mye teori om innovasjon men vi ønsker å ikke gå i dybden på dette. Videre i neste delkapittel vil vi belyse og gjøre rede for “konseptet innovasjonshus”, og dykke dypere inn i det beslektede begrepet samlokalisering.

2.1 Konseptet innovasjonshus

I dette delkapittelet skal vi belyse litteraturen rundt “konseptet innovasjonshus” og se nærmere på fenomenet samlokalisering. I litteraturen finnes det lite forskning på fenomenet innovasjonshus. Men det finnes et beslektede begrepet “samlokalisering” som er mer omtalt og brukt. Samlokalisering er en samlebetegnelse for næringshager, klynger, inkubatorer, coworking spaces, creative hubs, arbeidskollektiv, kontorfellesskap og lignende, der virksomheter deler lokasjon med ulike fellestjenester (Ericsson & Andersen, 2016; Andersen & Hoff, 2016). I de siste årene har samlokaliseringer i næringen hatt stor vekst, som fortrinnsvis er private initiativ med to tredjedel av eierskap og finansiering (Ericsson & Andersen, 2016).

Det er flere studier og rapporter som viser at samlokalisering har en positiv effekt på kompetansedeling - og utvikling (Myhre, 2011;Boye, 2012;Flatnes & Hansen, 2016), som er et av hovedmålet for Bright House. Noe også Bergum og Ørbeck (2006) støtter, de beskriver at samlokalisering vil føre til et større miljø med mulighet for bedre kommunikasjon, bedre erfaringsutveksling og mulighet for å utvikle mer dybdekunnskap. Nettverket til de enkelte bedriftene som er en del av samlokaliseringen, vil bli større og medlemmene vil få et bedre utgangspunkt for faglig utvikling (Holen, 2010). Ved at bedrifter “samlokaliserer” seg på et

lite geografisk område, kan gi positiv virkning på næringslivet og næringsutviklingen i regionen (Andersen, 2019). Noe også Holen (2010) beskriver i sin doktoravhandling at tanken bak en samlokalisering vil ha en positiv virkning, da et nettverk av bedrifter i tett samhandling kan gi bedre utviklingsmuligheter - for virksomheten, for miljøet i sin helhet og for regionen (Holen, 2010).

Ron Boschma (2005) belyser i sin artikkel, hvor han forsker om geografisk nærhet har en positiv eller negativ virkning på læring og innovasjon.

Det viser seg at geografisk nærhet har en positiv effekt på interaktiv læring og innovasjon. Men det henvises til at det ikke alltid er like nødvendig med "nærhet", grunnet at man kan føle seg "bundet" som kan ha en negativ virkning på interaktiv læring og innovasjon.

Boschma (2005) henviser til at dette kan løses gjennom en kunnskapsbase:

"This may be achieved through a knowledge base made up of diverse but complementary capabilities, through loosely coupled networks, through a mixture of embedded and market relations with other actors, through a common institutional system that guarantees checks and balances, and through a combination of local 'buzz' and extra-territorial linkages."
(Boschma, 2005)

I artikkelen bruker han fem dimensjoner av nærhet: kognitiv, organisatorisk, sosial, institusjonell og geografisk nærhet (Boschma, 2005). Boschma (2005) gjør rede for at kognitiv nærhet (det vil si at man er lettopptakelig for nye ideer) er en forutsetning for at interaktiv læringsprosess kan finnes sted. De andre fire dimensjonene av nærhet innebærer mekanismer som kan samle aktører i og mellom bedrifter. Dette er viktig når det gjelder innovasjonsprosessen, da en slik prosess ofte kan være usikker. Dermed krever innovasjonsprosesser effektive mekanismer for å kunne overføre komplementær kunnskap mellom aktører (Boschma, 2005). Boschma (2005) belyser i litteraturen at geografisk nærhet kombinert med et visst nivå av kognitiv nærhet er tilstrekkelig for at læring kan finne sted. Andre former for nærhet kan imidlertid fungere som en erstatning for geografisk nærhet (Boschma, 2005).

Som tidligere beskrevet kan begrepet innovasjonshus og samlokalisering sammenlignes med “næringshage”, det er fellestrekk som overlapper de to begrepene. Fellestrekk som overlapper er blant annet at begge “konsepter”, handler om å samle kunnskapsmiljøer, utviklingsaktører og virkemiddelapparat på et sted. For å kunne utvikle tverrfaglig kompetansemiljø og sikre bedre samspill og koordineringer mellom disse aktørene (Bergum & Ørbeck, 2006).

Siva har etablert et program som heter “næringshageprogrammet” som bidrar med 1,4-2,5 millioner kroner årlig tilskudd som næringshager bruker til å utvikle bedrifter.

I dag er det over 2000 bedrifter som drar nytte av næringshageprogrammet (Siva, 2020). Fordelene ved å være en del av dette programmet får man tilgang til utdanningsprogram, kurs, nettverksarenaer, metodikk, maler og beste praksis for forretningsutvikling og kommersialisering. Siva beskriver at næringshage er en operatør for næringshageprogrammet, og beskriver næringshage på følgende måte:

“Næringshagen er et bedriftsfellesskap som arbeider for utvikling av næringslivet i sin region. Næringshagemiljøet består av en rekke bedrifter som er samlokaliserte i næringshagen eller tilknyttet denne gjennom tett oppfølging og samarbeid. Næringshagen gir bedrifter i distriktene et innovativt, faglig og sosialt miljø.”

(Siva, 2020)

Næringshageprogrammet til Siva har samme formålet som samlokalisering og innovasjonshus om å samle kunnskap på et sted for å styrke innovasjonsprosessen.

Siva beskriver en næringshage som et innovasjonsselskap som blant annet kan være tjenester som bedriftsrådgivning - utvikling av forretningsideer, markedsplanlegging, nettverksbygging og internasjonalisering.

Etter å ha gjort rede for de to beslektede begrepene “samlokalisering” og “næringshage”, kan vi komme frem til at begrepene har en rekke fellestrekk (som nevnt ovenfor). Vi kan se at formålet kan sammenlignes med et innovasjonshus. I denne masteravhandlingen skal vi benytte oss av begrepet “innovasjonshus”, siden Bright House selv beskriver seg som et innovasjonshus.

Vi opplever at begrepet og fenomenet rundt “innovasjonshus” er blitt tatt mer i bruk de siste årene enn før. Det finnes en del eksempler på innovasjonshus både i Norge og internasjonalt, og de mest kjente innovasjonshusene i Norge er Mesh, Epicenter og Sentralen Oslo. I oppstarten og byggingen av Bright House, har disse husene vært “forbildene” i etableringen av innovasjonshuset på Gjøvik. I forskningsrapporten “Innovasjonshus Hamar et forprosjekt” definerer Bergum og Ørbeck (2006) fenomenet innovasjonshus som:

“Idéen om Innovasjonshus betyr en samlokalisering av utvalgte kunnskapsmiljøer, utviklingsaktører og virkemiddelapparat, for å kunne utvikle et større tverrfaglig kompetansemiljø og sikre bedre samspill og koordinering mellom disse aktører.” (Bergum & Ørbeck, 2006)

Gjennom en litteraturgjennomgang kan vi slå fast at et innovasjonshus kan sammenlignes med beslektede begrepet samlokalisering og næringshage, mye grunnet flere fellestrekk. Men en faktor som tydelig skiller seg er at når vi snakker om et innovasjonshus er ofte aktørene samlet mye tettere på et sted, for eksempel i et stort bygg, noe også Bright House.

I litteraturen kommer det tydelig frem at det å samle flere aktører under et hus fører til større interaksjon med hverandre og har positiv effekt på innovasjonsarbeidet. Tidligere internasjonale forskning viser også at kunnskapsdeling og læring fremmes når medarbeider plasseres i fysisk nærhet til hverandre (Hatling et al., 2016).

Dette er noe også Bright House ønsker å oppnå med innovasjonshuset, de ønsker å få en interaksjon mellom mennesker hvor kunnskapsdeling og læring er hverdagskost. Hatling et al. (2016) understreker også at interaksjonen blir hyppigere og tettere, og det skapes gode vilkår ansikt-til-ansikt kommunikasjon, som er spesielt viktig for uformell deling av erfaring og samarbeid. Det vi kan konkludere med er at et innovasjonshus har mange positive effekter, men sammensetningen mellom aktører er en viktig del for at et innovasjonshus skal ha en positiv gevinst for næringsutviklingen og i regionen.

I rapporten til Bergum og Ørbeck (2006) diskuteres det hvilke aktører som bør inn i et innovasjonshus. Dette er noe som også er et viktig tema for Bright House siden huset ikke er helt fylt opp enda. Bergum og Ørbeck (2006) legger frem at det er vanskelig å lage et innovasjonshus for alle typer aktører og forskjellige næringer. Det betyr at det er viktig å ha en målsetning med innovasjonshuset og velge aktører ut ifra målsetningen.

Det diskuteres i litteraturen hva som er den optimale sammensetning av aktører og bransjer av et samlokaliserings konsept. Andersen (2019) belyser at det ikke finnes noe fasit på hvem som bør danne et fellesskap med hverandre, så lenge medlemmene har samme formål med samarbeidet.

Tidligere forskning viser at det er viktig å understreke at samlokalisering ikke automatisk gir positiv effekt for næringslivet, det er viktig at det må suppleres med formelle avtaler, fysisk struktur, bevissthet om åpenhet i informasjonsspredning og samkjøring av ulike prosesser som skal skje i huset (Bergum & Ørbeck, 2006). Desto viktigere er det at aktører som fysisk holder til i huset og aktørene som har en tilknytting til Bright House utvikler en god kommunikasjon med hverandre og opprettholder denne. Dette er noe vi ønsker å belyse senere i delkapittel 2.2.3 *Innovasjonskultur*.

For at konseptet innovasjonshus skal bli vellykket og ha sin positive effekt, har utformingen av huset, en viss grad av påvirkning. Andersen (2019) presenterer at den fysiske utformingen har en stor betydning for i hvilken grad samarbeid oppstår. Dette er noe vi ønsker å belyse videre i dette delkapittel. I hvilken grad har utforming av huset en påvirkning på følgende faktorer; sosiale interaksjonen og kreativt arbeid.

2.1.1 Utforming av huset

Et annet element som er viktig å påpeke når det kommer til innovasjonshus, er dens utforming. Vi vet fra tidligere at innovasjonshuset Bright House er utformet ved hjelp av et arkitektfirma og hva som var ønske med huset. Målet var store åpne overflater, der det var rom for uformell og formell samtaler. Trappen som er plassert i midten av huset, skal være åpen og oversiktlige – med et ønske om at de ansatte i huset skal komme i kontakt med hverandre. Litteraturen til Oksanen & Ståhle (2013) studerer på forholdet mellom fysiske miljøet, altså innovative rom og innovasjon, og presenterer innledningsvis;

“Innovative spaces are to be seen as catalysts for an organization’s ability to, for example, improve communication, reconfigure resources, attract and retain talent, or reflect values.”
(Oksanen & Ståhle, 2013)

Videre i litteraturen presenterer de viktigheten og hva tidligere forskning mener har en påvirkning på mennesker. De trekker frem blant annet Strauss (1978) som eksempel på det fysiske miljøet knyttet til sosiale interaksjoner og samarbeid, men også Vischer (2007) om at det fysiske påvirker også arbeidsytelse og arbeidsgleden. Litteraturen til Oksanen & Ståhle (2013) viser til at funnene kan knyttes sammen med miljøets kreativitet og innovasjonsevne, at det har en påvirkning på mennesker, spesielt når det kommer til læring og spredning av kunnskap. De viser også til annen litteratur om miljø og dens påvirkning har en positiv effekt på kreativiteten til et menneske.

Litteraturen til Oksanen og Ståhle (2013) viser at fysiske rom er viktige for uformelle samtaler og at kreativiteten og skape en arbeidsglede. Det kommer spesielt frem at den viktigste kunnskap vi besitter, er taus kunnskap. Denne er bare tilgjengelig for mennesker som er til stede i rommet og kommuniserer med andre. Vi kan se oss enige i at det er et viss gap i litteraturen her, og vanskelig å finne ut hvordan det faktisk påvirker. Men at det har en positiv påvirkning til en viss grad, kan vi si oss enige med teorien om det. Forskningen viser til fem kjennetegn ved et innovativt rom; muligheten for samarbeid, modifiserbarhet, smartheit, “verdirefleksjon” og attraktivitet.

Et av de ledende prinsippene i det å skape innovasjon og miljøet sammen, er som en sosial prosess. Hensikten med å skape slike plasser og rom skal være å skape samarbeidsarenaer og rom for kreativitet mellom mennesker og aktører. Men også skape sosiale relasjoner og nettverk seg imellom. Det er viktig at det er fleksibelt, og skaper attraktiviteten til mennesker i alle aldrer. Samt komfort og kvalitet, for å skape et tiltalende rom (Oksanen & Ståhle, 2013).

Nettavisen skrev en artikkel med tittelen “*ekspert avslører hemmeligheten bak en kreativ arbeidsplass*” sammen med Niklas Laninge. Niklas Laninge er adferdsekspert og psykolog, og nevner blant annet disse punktene i artikkelen: nye perspektiver øker kvaliteten, skape sosial arbeidsplass som oppmuntrer til samtaler med andre og komme i kontakt med andre mennesker på tvers av bedrifter.

Avslutningsvis lister han opp fem punkter som skal fremme til et kreativt arbeidsmiljø, og her mener vi nummer en er mest relevant (Nettavisen):

“Møbler og innred slik at kontoret oppfordrer til naturlig omgang, også med folk fra andre avdelinger. På denne måten kan man diskutere hverandres utfordringer, få større forståelse for hvordan andre jobber og få nye idéer og inspirasjon.” (Nettavisen)

Evensen (2016) har skrevet en artikkel på P4 “Ekspert avslører: slik blir du kreativ på jobb”, i et samarbeid med en dekan, professor og en sosialantropolog. Hver for seg snakker de om hva som trengs for å skape et kreativt arbeidsmiljø. Felles er det spesielt to faktorer som er viktige; støtte og trygghet. Dette ser vi fra litteraturen presentert ovenfor også, at trygghet på arbeidsplassen er viktig for å “tørre å være kreativ og komme med ideer”. Videre blir det presentert at disse faktorene skaper entusiasme og arbeidsglede – som deretter gir lysten til å skape gode og kreative løsninger.

Til sammen lister de opp tre tips for en mer kreativ arbeidsplass;

1. Skap soner der det er naturlig for ansatte å møtes; felles lunsjrom, sofagrupper eller et kreativt rom.
2. Sørg for at ansatte med ulike eksperter kan komme sammen og utveksle erfaringer.
3. Skap et arbeidsmiljø der alle ansatte er trygge på hverandre og gir hverandre støtte.

Igjen ser vi at dette med sosial trivsel og skape en kreativ plass er viktig for å øke trivsel, arbeidsglede og motivasjon – samt innovasjonsaktiviteten på arbeidsplassen (Evensen, 2016).

I påfølgende delkapittel skal vi belyse litteratur rundt innovasjonskultur og se nærmere på hvilken betydning dette har for innovasjonshuset.

2.2 Interne

Nå har vi gått gjennom konseptet innovasjonshus og hvilke betydning utformingen av huset har på innovasjonsaktiviteten. I dette kapitlet ønsker vi å ta for oss teorien som skal hjelpe oss med å belyse de interne forholdene i Bright House. Med dette mener vi å gjøre rede for dagens interne forhold, og se om det er rom for forbedringer.

2.2.1 Co-creation og coworking

I dette delkapitlet skal vi se nærmere på litteraturen rundt begrepene co-creation og coworking. Teorien som vil bli presentert i dette delkapitlet vil være grunnlaget for videre analyse og diskusjon i oppgaven.

Co-creation er i disse dager et populært begrep spesielt i sammenheng med innovasjon og nyskaping. Co-creation kan sammenlignes med begrepet samskaping som benyttes i flere ulike sammenhenger. I denne masteravhandlingen skal vi se på dette fra et innovasjonsperspektiv. LSE Enterprise (2009, s. 9) definerer co-creation (samskaping) som en sosial, aktiv og kreativ prosess, som er basert på et samarbeid mellom brukere og aktører, som er initiert av organisasjonen med et mål om å skape verdi for kundene. Ideen og formålet med samskaping er å slippe løs den kreative energien til mange mennesker som overføres til individuelle erfaring og økonomien i en organisasjon (Rill, 2016).

I litteraturen kommer det tydelig frem at co-creation har en positiv effekt på innovasjonsarbeidet, men alt bygger på kreativiteten til individet (Von Hippel, 1986). Derfor er det hensiktsmessig og viktig å kunne samle de kreative individene i en gruppe for å skape de gode ideene. For at dette skal bli en suksess må noen faktorer være til stede, blant annet må folk ha tillit til hverandre og omgivelsene må også være tilrettelagt for at kreativ prosess skal fungere (Ind & Coats, 2013). En annen viktig faktor som Andersen (2019) presenterer er at det er viktig at medlemmene har felles mål og visjoner. Videre belyser hun at det er viktig å jobbe sammen rundt prosjekter og etablere en god delingskultur rundt det å dele kompetansen med hverandre. Ved å ha felles prosjekter, mål og visjoner vil samarbeide på tvers styrkes og alle medlemmene vil føle seg inkludert i fellesskapet.

I artikkelen til Bryan Rill (2016) trekker han frem at co-creation skiller seg fra andre former for samskapings prosesser på grunn av den direkte interaksjonen mellom aktørene. Han sier at co-creation krever en direkte gruppe engasjement, hvor man må engasjere viktige aktører (designere, forbrukere, ledere, ansatte) og sette de inn i et kollektivt samarbeid. For at man kan bygge et godt samarbeid på tvers er faktorene som engasjement og kommunikasjon viktig (Andersen, 2019). Det finnes flere eksempler på store og kjente bedrifter som benytter seg av co-creation, blant annet Nike og Starbucks viser til stor suksess (Rill, 2016). Dette er noe Bright House også ønsker å oppnå i fremtiden, de ønsker at flere aktører jobber på tvers for å skape innovasjon, verdi og økonomisk vekst. For å kunne tilrettelegge for denne formen for samhandlingen innenfor innovasjonsprosesser, har innovasjonshuset etablert en egen coworking space, "Bright Works".

Co-creation er et beslektet begrepet med coworking, som videre skal belyses i oppgaven. Coworking er et internasjonalt voksende fenomen, definert med (fysisk) startpunkt i 2005 i San Fransisco (Andersen, 2019). Coworking har i dag blitt mer kjent i Norge, og det har oppstått en stor etterspørsel for dette konsept som stadig er i vekst og utvikling. Begrepet coworking kan sammenlignes med et arbeidskollektiv, hvor gründere, nyetablerte bedrifter og små bedrifter samles på ett sted. Som skal være fordel for hverandre, med tanke på deling av ressurser, blant annet kompetanse, nettverk og kontakter. I litteraturen defineres begrepet coworking på lik måte og det er lite forskjeller blant forskernes definisjoner. De ulike definisjonene har samme essensen "flere jobber sammen på et sted", som skal ha en rekke positive effekter for alle parter. Uda (2013) definerer coworking som:

"En måte å arbeide hvor individer samles på en plass for å skape verdi samtidig som de deler informasjon og visdom gjennom kommunikasjon og samarbeid etter deres eget ønske" (Uda, 2013).

Fost (2008) og Leforestier (2009) beskriver coworking space som det å fokusere på å tilby fasiliteter hvor medlemsbedriftene kan bygge sosiale bånd. Gjennom å dele kunnskap med hverandre, og sammen skape en form for fellesskap. Samtidig hvor nettverket og samarbeidet er viktig. Noe også Bright House jobber med å få til internt i fremtiden, for å bli en åpen arena for deling av kunnskap.

For at et kontorfellesskap skal fungere er det viktig med et klart rammeverk på hvordan ting fungerer, og hva man skal forholde seg til – ikke minst er det viktige at aktørene føler et eierskap til Bright Works og innovasjonshuset. Det forventes også at medlemmene byr på seg selv både faglig og sosialt. Man skal dele og lære av hverandre, og det tilbys fellesarrangement, foredrag og sosiale tiltak (Andersen, 2019). Leforestier (2009) beskriver at disse coworking space er basert på verdier som deltagelse og åpenhet, slik at de kan utnytte hverandres kapabiliteter, talent, kreativitet og ressurser til fordel for alle som er involvert. Merkel (2015) legger også frem at kulturen er viktig for å bygge et fellesskap, samarbeid, åpenhet, og mangfold i et coworkings space. Spesielt for gründere og entreprenører er et slikt sted som coworking spaces perfekt sted å være som nyetablert.

For at coworking skal fungerer på en optimal måte er det hensiktsmessig å ha en person som anses som en leder for “coworkingen”. Betydningen av en coworking leder understrekes som nøkkelen til suksess for fellesskapet og dette illustreres ved dens mange oppgaver og roller (Andersen, 2019). Andersen (2019) presenterer i sin artikkel en verktøykasse for god coworking som en “oppskrift” som består av syv prosesser; definere visjon, koble nettverket, designe muligheten, bygge for å vare, kommuniser styrker og betydning, evaluere og forbedre, opprettholde og skalere.

I litteraturen gjøres det forskjell på coworking og coworking spaces vi ønsker i denne masteravhandlingen å se dette under ett begrep. Kort beskrevet så betyr begrepet coworking selve prosessen det å jobbe sammen, coworking spaces menes omgivelsen og miljøet hvor coworkingen finner sted.

For at konseptene coworking og samlokalisering skal få en betydning og effekt, er det viktig med kunnskaps deling og spredning. Kunnskap er viktig for at en bedrift skal klare å innovere, og for at det skal skape innovasjonsaktiviteter. For at innovasjon i det hele tatt kan finne sted er kunnskapen fra et individ viktig. I dette kapittelet har vi snakket om effekten av å samarbeide, og det å jobbe mot noe felles er bra. Viktigheten med å dele egne erfaringer og kompetanse man besitter er dermed viktig for at samarbeidet skal ha en betydning.

2.2.2 Kunnskapsbaser

For å bygge videre på innovasjon og dens aktivitet, er neste litteratur som er relevant å snakke om, kunnskapsbase. En slik base er kunnskapen en virksomhet eller bedrift trenger for å innovere, og det blir dermed relevant for innovasjonsaktiviteten. Det finnes forskjellige nivåer av kunnskapsbaser, som forklares ved forskjellige ressurser, samarbeidspartnere og støtte fra området rundt virksomheten. Martin (2013) presenterer i sin litteratur at man kan dele kunnskapsbaser inn i tre forskjellige typer; symbolsk (kulturbasert), syntetisk (praktisk erfaring) og analytisk (vitenskapelig basert). Skillet mellom disse baseres i hvordan kunnskapen benyttes, om det er fokus på kodifisert- eller taus kunnskap, men også hvordan det innoveres (Martin, 2013).

Resultatet av innovasjon er når eksisterende eller ny kunnskap kobles på nye måter. Kunnskap i helhet er et viktig fokus når det gjelder innovasjonsarbeidet og det å skape en god innovasjonskultur ved å dele og hjelpe hverandre. Muligheten ved å dele kunnskapen med andre er svært essensielt i et innovasjonsarbeid. Vi ser dermed på kunnskap som er viktig faktor for å innovere og lykkes med det, og kommer til å bruke kunnskap overordnet videre i oppgaven (Martin, 2013).

Nå som vi har presentert teorigrunlaget for konseptet innovasjonshus, co-creation, coworking og kunnskapsbaser. Vil vi videre se nærmere på innovasjonskultur og dens viktighet i sammenheng med konseptet innovasjonshus.

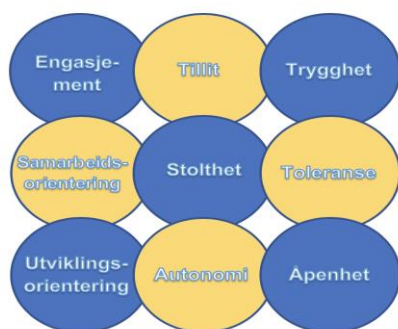
2.2.3 Innovasjonskultur

I dette delkapittelet skal vi ta for oss begrepet innovasjonskultur og presentere relevant teori som kan bidra til å belyse Bright House sin interne kultur. For at Bright House videre i fremtiden kan bli en suksess når det gjelder å “drive innovasjon”, er det viktig å etablere en fungerende innovasjonskultur blant aktørenen og leietakere i huset. Innovasjonskultur er et beslektet begrep med innovasjonsmiljøer og har mange likhetstrekk, og det er vanskelig å skille de. Vi ønsker i denne masteravhandlingen å definere og benytte oss av begrepet innovasjonskultur.

Det er lite forskning på begrepet innovasjonskultur, og vi velger dermed å se det sammen med begrepet organisasjonskultur (Aasen & Amundsen, 2011). Sander (2019) definerer organisasjonskultur på følgende måte;

“En organisasjon som kjennetegnes av å ha et endringsorientert verdigrunnlag, normer, kutymmer, rolleforventninger og et kreativt klima som motiverer alle innovative tenkninger og atferd i et selskap som er konstant endring.” (Sander, 2019)

Kulturbegrepet er ofte brukt i sammenheng med innovasjon og brukes i litteraturen om organisasjonskultur (Aasen & Amundsen, 2015). Kultur blir også sett på som en av de viktigste aspektene for den som vil lykkes med innovasjon (Aasen & Amundsen, 2011). Blant annet i studie til Aasen, Amundsen, Gressgård og Hansen (2011) bruker de ni kulturelle kjennetegn for innovasjonskultur i en organisasjon: engasjement, samarbeidsorientering, stolthet, autonomi, trygghet, toleranse, åpenhet og utviklingsorientering. Som blir presentert i modell 2 nedenfor. Disse ni kulturelle kjennetegnene brukes også i håndboken av regjeringen “medarbeiderdrevet innovasjon”.



Modell 2. Ni kulturelle kjennetegn for å lykkes med innovasjonsarbeid

Aasen et al. (2011) beskriver at virksomheter som lykkes med medarbeiderdrevet innovasjon har tre av disse ni kulturelle, disse er tillit, åpenhet og samarbeidsorientert. Det er få organisasjoner som klarer å fokusere på alle de ni kjennetegnene. Hovedpoenget med disse faktorene er å gjøre seg bevisst over kjennetegnene og løfte frem egenskaper som over tid kan utvikle seg i en organisasjon (Regjeringen, 2020). Når man ser på kjennetegnene ser man også at noen overlapper hverandre. Det er viktig å huske at innovasjonskulturen ikke kommer av seg selv, det er en prosess som tar tid, som må vedlikeholdes, utvikles og endres av oss mennesker (Regjeringen, 2020).

For at man skal bygge en god og fungerende innovasjonskultur er det viktig at aktørene og leietakerne i Bright House blir involvert, engasjerte og at de føler et visst ansvar, i tillegg til at det stilles krav. Ikke minst er det også viktige at det etableres gode rutiner og oppfølging i form av møter eller andre tiltak, for å opprettholde innovasjonskulturen i innovasjonshuset. I håndboken av regjeringen (2020)

“medarbeiderdrevet innovasjon” beskriver de tips og råd til hvordan man skal utvikle innovasjonskultur. Disse rådene innebærer følgende; involvere og ansvarliggjøre medarbeidere, vise interesse (fra lederens side), gi spillerom, tilrettelegge for samarbeid på tvers, utnytte offentlige tilskuddsordninger, ivareta ildsjeler og skape positiv oppmerksomhet om virksomheten. Disse rådene er sett fra et lederperspektiv, men vi mener dette er gode og reelle innspill med tanke på “hvordan Bright House kan bygge innovasjonskultur i innovasjonshuset”. Dette er noe vi videre skal diskutere i delkapittel 4.2.3 *Innovasjonskultur*.

Vi ønsker å bruke de ni kjennetegn for innovasjonskultur i Bright House som et verktøy senere i analysedelen. Selv om Aasen et al. (2011) bruker disse ni faktorene i en organisasjonskontekst, mener vi at de ni faktoren passer godt til oppgavens tema og problemstilling.

2.3 Eksterne

I denne delen skal vi se på de eksterne forholdene til Bright House. I dette legger vi blant annet innovasjonssystemer, og hvilken rolle Bright House har i Gjøvikregionens innovasjonssystem. I denne delen vil vi belyse betydningen og hva definisjonen innovasjonssystem innebærer, da dette er en viktig del av oppgaven forskningsspørsmål.

2.3.1 Innovasjonssystemer

Innovasjonssystemer er ordning for den teknologiske og økonomiske utviklingen, alle har en ordning som viser hvordan bedrifter ledes, organiseres, forholder seg til regler, HMS, regnskap o.l. Samarbeid og interaksjoner mellom aktører i et system kan også fremme eller hemme hverandre. Ser vi på litteraturen til Hauge et al. (2009) presenterer de at;

“Innovasjon i ulike former er nøkkelen til økt verdiskapning og vekst, og skjer både i et samspill mellom aktører (personer og bedrifter/organisasjoner) men også mellom disse aktørene og strukturene de er en del av” (Hauge et al., 2009).

En grunnleggende tanke om innovasjonssystemer som Rønningen (2012) presenterer, inspirert av Sundbo og Gallouj (2000) er at *“relasjoner er så sterke og stabile at impulser spres relativt raskt i systemet”* - det vil si at kunnskap eller en ny teknologi spres raskt når den fanges opp (Rønningen, 2012). I dette kapitlet skal vi dykke dypere inn i samspillet mellom aktører og strukturer, og vil innholdet litteratur og kjennetegn ved innovasjonssystemer.

Begrepet har ulike tilnærminger, men en gjenganger er at innovasjonssystemer blir presentert som et *“rammeverk og en infrastruktur”* på innovasjon. Ordet innovasjonssystem har røtter fra gammelt av, men fikk en ny tilnærming på 1980- 1990-tallet (Store Norske leksikon, 2019) og blir på mange måter knyttet sammen med begrepet *klynger* og *nettverk*. Litteraturen presenterer at innovasjonssystemet i sin funksjon, er avhengig av hvilken type og betydningen av innovasjon det er snakk om. Edquists (2005) definerer innovasjonssystemer som:

“All important economic, social, political, organizational, institutional and other factors that influence the development, diffusion and use of innovation” (Edquist, S. 182, 2005).

Videre presenterer Edquist (2005) at hovedformål med et innovasjonssystem er å forfølge en innovasjonsprosess, som vil si å utvikle innovasjonen, spre innovasjonen og bruke innovasjonen. Hovedkomponentene for å danne et innovasjonssystem er enten gjennom noder eller relasjoner, men i korte trekk kan vi konkludere med at innovasjonssystemer er ulike aktører samlet og sammen som bidrar/jobber for å oppnå innovasjon. Andre pionerer i feltet innovasjonssystemer er Bengt-Åke Lundvall, som var en av de første som presenterte systemer av innovasjoner i sin litteratur fra 1985, og Christopher Freeman, som oppfant begrepet rundt nasjonale innovasjonssystemer i sin litteratur fra 1988. I senere tid har begrepet og rammeverket innovasjonssystemer blitt modifisert og utviklet til å kunne deles opp i tre; regionale, nasjonale og sektorielle innovasjonssystemer (Edquists, 2005; Hauge et al., 2009)

For å avgrense litteraturen om innovasjonssystemer vil vi gå nærmere inn på litteraturen rundt regionale innovasjonssystemer. En av årsakene til at vi avgrenser oss til dette er fordi Bright House, er et innovasjonshus som jobber per dags dato med bedrifter og organisasjoner som finnes regionalt i Gjøvik. Samtidig som det er behov for å spisse inn litteraturen kun på det som er relevant for oppgavens helhet. Nesse (2017) definerer et regional innovasjonssystem:

“... som eit system som består av regionale nettverk av interaksjon, innanfor eller på tvers av bransjar, offentlege og private, som har som føremål å fremje aktivitetar knytte til FoU og innovasjon” (Nesse, S.25, 2017)

Viktige partnere og aktører i Bright House er NTNU, Total Innovation og Gjøvikregionen Utvikling - samtidig som Mustad Næringspark som huset er plassert i. Et annet viktig part for Bright House er samarbeidet med de fem kommunene (Gjøvik, Østre- og vestre toten, Søndre Land og Nordre Land) og fylkeskommunen. Nesse (2017) presenterer i sin litteratur at de ulike aktørene i et innovasjonssystem blir delt opp i tre kategorier; representanter for bedriften, for det offentlige og for forskningsmiljøene. Dette blir kalt for “trippel helix” (Nesse, 2017).

Bright House har samhandling med ulike aktører, både innad og utad i huset – noe som støtter opp under at innovasjon og regionale innovasjonssystemer må ses på som et relasjonelt fenomen, som vil si at det er et resultat av samarbeid mellom FoU, offentlige organisasjoner og bedrifter. Dette kan ses i sammenheng med Cooke et al. (2000) sine to delsystemer som Isaksen og Asheim (2008) presenterer i sin litteratur. Den ene delen er den kunnskap utnyttende delen, som omfatter regionens bedrifter og utgjør en klynge av samlokaliserte bedrifter i tilsvarende eller samme næring (kan også være enslige bedrifter). Mens den andre delen av systemet er kunnskapsutviklende og kunnskaps spredende. Dette er infrastrukturer med videregående skoler, høyskoler, fagskoler, universiteter, FoU, teknologisenter og forskningsparker, kan også være relevante for deler i et regionalt næringsliv. Ser vi på Bright House opp mot denne litteraturen så ser vi at det er en miks av de to delsystemene – siden de har aktører som både er private og offentlige. Flyten av kunnskap mellom de to systemene gir positiv virkning på innovasjonsaktiviteten (Isaksen & Asheim, 2008). Isaksen og Asheim (2008) henviser til Asheim og Coenen (2005) sin definisjon;

“Et regionalt innovasjonssystem kan omfatte flere næringssektorer og klynger i en region, det vil si at kunnskapsinfrastrukturen kan være relevant for flere deler av det regionale næringslivet “ (Isaksen & Asheim, 2008).

Vi ser dermed at vårt grunnlag for å bruke regionalt innovasjonssystem blir støttet opp under fra ulik litteratur, og blir dermed en viktig del for videre forskning i oppgaven (Isaksen & Asheim, 2008).

Et beslektet begrep og et “ny moderne” begrep av innovasjonssystemer, er innovasjonsøkosystemer. Vi har lest i litteraturen til Jackson (2011) og Oh et al. (2016) og ser at de to begrepene (innovasjonssystemer og innovasjonsøkosystemer) overlapper i hverandre. På grunn av mye overlapp i hverandre og oppgavens relevans, ser vi det fra et analytisk syn og velger å ikke ta med innovasjonsøkosystemer videre i oppgaven. Vi velger også bort økosystemer, siden dette er et begrep Bright House ikke har kjennskap til og ser vi på dems strategiplan blir innovasjonssystemer brukt i en av deres målsettinger.

Nå har vi tatt for oss litteraturen vi mener er relevant for å belyse forskningsspørsmålet i denne masteravhandlingen. I neste delkapittel skal vi beskrive metoden vi har benytte oss av i forskningsprosessen og gi et innblikk i hvordan forskningsprosessen foregått.

3.0 Metode

I dette kapittelet skal vi begrunne de metodiske valgene i oppgaven. Vi skal se nærmere på forskningsprosessen vi har utført, definere metodene vi har benyttet oss av, belyse tanker og begrunnelsene for valgene vi har gjort. Deltagende observasjon, etnografisk observasjon, intervju, dokumentstudie og workshop, er gjennomført i vår casestudie for å se nærmere på forskningsspørsmålet rundt Bright House. I slutten av dette delkapitlet vil vi også gi et innblikk i hvilke utfordringer vi har stått ovenfor underveis i vår forskningsprosess.

Valg av metode er viktig for oppgavens helhet og hvilken retning du ønsker at oppgaven skal ha, samtidig blir valg av metode avgjørende med tanke på forskningsspørsmålet. Man kan si at en god undersøkelse er empirisk, noe som betyr at den har konkrete data som bidrar til å gi undersøkelsen validitet – samtidig som den er relatert til ekte situasjoner. Videre ønsker vi også å gjøre rede for hvordan vi har bearbeidet og analysert data vi har innhentet gjennom intervju, workshop og deltakende observasjoner.

Vi skal studere på fenomenet/konseptet innovasjonshus, og se på egenskaper ved huset sammen med de beslektede begrepene samlokalisering og co-creation/coworking. Samt se på interne og eksterne forhold på Bright House og hvilken rolle de har i Gjøvikregionens innovasjonssystem. I hovedsak kan man velge mellom to ulike metoder for innhenting av data; kvantitativ og kvalitativ metode. Det som kjennetegner kvantitativ metode er kvantitet, mye data eller observasjoner som samles inn – som regel gjennom et spørreskjema. Kvalitativ metode er kvalitative data, noe som vil si at det er kvalitet på data og ikke hvor mange svar som samles inn – men gode svar.

3.1 Kvalitativ metode

Fenomenet vi skal studere kjennetegnes ved å være samlokalisert med andre aktører, og hvordan dette miljøet påvirker innovasjonsaktiviteten i innovasjonshuset og regionen. For å få kunnskap om dette har vi valgt å benytte oss av kvalitativ metode. Johannessen et al. (2011) presentere

“Det er to grunnleggende forskjellige måter å samle inn egne kvalitative data på: gjennom observasjon, der dataene bygger på forskerens sanseinntrykk av handling og samhandlinger i konkrete situasjoner, eller gjennom intervju, der dataene bygger på hva informantene sier i samtaler med forskeren.” (Johannessen et al, S. 104, 2011)

Mest vanlige eksemplet på innsamling av kvalitative data er intervju, der essensen er å finne årsaken og/eller handlingen bak svarene som gis - noe man ikke får fra kvantitativ metode. Derfor ble valget av metode enkelt, da vi så behovet for oppfølgingsspørsmål og “hvorfors” de uttrykker som de gjorde (dybdekunnskap).

Valget av metode kan også ses i sammenheng med at huset er nyetablert og i en startfase. Noe som gjøre store undersøkelser og målinger på tall vanskelig da ikke alt er fremstilt tallmessig eller har noe form for datainnsamling. Valget med forskningsspørsmål og hvordan det skulle formuleres til å bli forskbart, har vært viktig i vår studie – noe vi har jobbet mye med, både sammen med veileder Atle, og ansatte hos Gjøvikregionen Utvikling.

3.2 Intervju - utvalg - gjennomføring

Formålet med en slik undersøkelse er å komme så nær “målgruppen” og velge de riktige informantene, for å skaffe kunnskapen om det som skal studere. Antall intervjuer er vanskelig å forutse før undersøkelsen begynner, men ifølge Johannessen et al. (2011) finnes det verken en “øvre” eller “nedre” grense på antall intervjuer. Underveis i undersøkelsen merker man at alle informantene ikke har samme status, og noe blir mer sentrale enn andre. Dette var noe vi la merke til når vi intervjuet, ikke alle var like relevante til alle spørsmålene. Noe som kan ses i sammenheng med ulik tilhørighet eller tilknytning til innovasjonshuset (Johannessen et al., 2011).

I datainnsamlingen har vi gjennomført ti intervjuer. Dette er ansatte hos Gjøvik Kommune, ansatte/bedrifter inne på Bright House og det vi kategoriserer som virkemiddelapparatet (aktører utenfor Bright House). For oss var det mest hensiktsmessig å gjennomføre intervjuer med informanter som har en tilhørighet og tilknytning av Bright House og personer som er en viktig del av innovasjonshuset i dag.

Før vi utarbeidet en intervjuguide brukte vi tid for å bli kjent med den daglige interaksjonen og samspillet mellom deltakerne på Bright House. Vi gjorde oss godt kjent med innovasjonshusets struktur, etableringsfase, miljø og aktørene rundt Bright House. Ved å benytte oss av observasjoner først i forskningsprosessen dannet vi oss et bedre grunnlag for dagens situasjon og det ble enklere å utforme en god intervjuguide.

Vi har brukt semi-strukturert- intervjuguide som kjennetegnet ved “lukkede” spørsmål, som gir rom for åpen besvarelse og oppfølgingsspørsmål ved behov. Vi så at oppfølgingsspørsmål ga oss dybdekunnskap og at vi fikk spurt de uten å “lede” de til det riktige svaret. Fordelen med å benytte seg av den semistrukturerte form på intervjuguiden, ble ønsket vårt oppnådd om at våre informanter skulle snakke fritt under intervjuet oppfylt. Informantene ga uttrykk til at de fort ble stødige på oss og åpnet seg opp, som resulterte i gode samtaler. I en semistrukturert intervju følges ikke intervjuguiden slavisk hele tiden, noe som gjør at vi kunne snakke friere og rettet fokuset mot informantens opplevelse av temaet (Thagaard, 2013).

Alle informantene fikk spørsmål om tre ulike kategorier, disse var *Bright House*, *miljø* og *fremtiden*. Før kategoriene var det et spørsmål “om deg”, som gjorde at vi kunne kartlegge informanten - og deretter kom det spørsmål fra de tre kategoriene vi skulle forske på. Intervjuguiden ligger vedlagt som vedlegg 1.

Alle informantene fikk på forhånd tilsendt intervjuguiden for at de kunne lese gjennom spørsmålene og hadde muligheten til å forberede seg til intervjuet med oss. Intervjuene varte alt fra en time til en og halv time. Under alle intervjuene tok vi lydopptak, men de fikk selv bestemme om de ønsket om at intervjuet skulle bli tatt opp eller ikke. Alle lydopptak ble slettet etter hver transkribering av intervju.

Siden vi var to intervjuere bestemte vi oss på forhånd å fordele på arbeidsoppgavene under intervjuet. Mens den ene tok seg av spørsmålene, var den andre en “observatør” og noterte under hele intervjuet. Noe som resulterte i å være veldig klokt med tanke på transkribering og analysing av intervjuene. Transkriberingen gikk dermed fortere, når det kun var “fin skriving” av intervjuene som trengtes. Lydopptakene ble brukt for å være sikre på at viktigste informasjonene og sitater ble riktig formulert og presentert.

Ved at det kun var en av oss som tok seg av dialogen, ble det også enklere for informanten. Fordi informanten kunne forholde seg til en person og vi som intervjuer ikke snakket i munnen på hverandre. Det var også rom for den som skrev å komme inn med innspill når det var nødvendig eller når det var noe som var uklart. Som tidligere beskrevet måtte vi gjennomføre et av intervjuene over skype noe som fungerte like godt som de tidligere intervjuene, dette intervjuet gjennomførte vi på lik linje som de andre intervjuene.

I slutten av intervjuprosessen begynte vi å kjenne oss “mette” av informasjon. Mye grunnet gjentagende informasjon, samtidig som det var mange ulike “svar” og interessante funn i hvert enkelt intervju. Videre i metoddelen ønsker vi å ta for oss de andre metoder vi har brukt underveis i vår forskning. Vi har blant annet benyttet oss av snøballmetoden, observasjoner og workshop. Det blir en beskrivelse av metoden og hvordan den er anvendt. Vi skal også kort gi et innblikk i hvilke utfordringer vi har møtt underveis i forskingsprosessen og hvordan vi har løst de.

3.3 Valg av informanter

Johannessen et al., (2011) presenterer snøballmetoden som en metode ved å rekruttere nye informanter ved å forhøre seg med de andre informantene. Disse personene foreslår eller anbefaler oss andre informanter som kan være relevante i forskningen (Johannessen et al., 2011). I startfasen og underveis på ulike intervjuer, ble vi anbefalt å snakke med “den og den” personen. Vi så det høyst nødvendig å kontakte de som vi ble anbefalt, og vi er tilfredse for at vi tok et intervju med de vi ble anbefalt. Vi fikk også en del anbefalinger på hvilke personer vi burde snakke med, men det ble etter hvert mange personer som vi kunne ha snakket med. Så vi måtte underveis alltid gjøre vurderinger på hvilke personer som er relevant for oss å intervjuer, dette gjorde vi ofte i samråd med ansatte hos Gjøvikregionen Utvikling.

Ulemper ved å benytte seg av snøballmetoden er skjevheter og små utvalg, da personer som blir angitt videre er i “samme miljø” som allerede informanter og det blir dermed ikke lett å operasjonalisere svarene. Samtidig er mulige utfordringer at man ikke opprettholder de etiske kravene i forskning, da informanter angir hverandre, og informasjon om informanten blir “avdekket” før de er klare over det (Johannessen et al., 2011; Tjora, 2017). Ved å benytte oss av “snøballmetoden” hadde vi ti gode intervjuer hvor vi fikk samlet inn nyttig data og informasjon, med tanke på våre forskningsspørsmål.

3.4 Observasjoner

Som nevnt valgte vi å skaffa data gjennom intervjuer, og har lagt ned mye tid på Bright House for å bli en del av miljøet. Vi har blant annet fått lov til å delta som “fluer på veggen” på mange møter som ble gjennomført på huset. Dette er blant annet møter internt på huset (hvor står vi nå, målsettinger, og hvor vil vi) og sammen med næringsforumet (nærings pådrivere fra de forskjellige kommuner, representanter fra aktører/bedrifter på huset). I løpet av januar, februar og starten av mars har vi notert 73 timer på Bright House.

Gjennom å være fysisk tilstede følte vi som forskere at vi fikk nyttig data og informasjon som vi ellers ikke hadde fått. Observasjoner blir kjennetegnet ved at forskeren er til stede som er relevante for studien, her registreres inntrykk ved å se og lytte (Johannessen et al., 2011). Ved å ha fått tilgangen til dette, har vi ikke bare fått et innblikk i hvor de er - men også hvor de ønsker å være i fremtiden. Vi har blitt kjent med miljøet, og skaffet ny kunnskap hver dag. Samtidig som det har gitt oss noen pekepinner på hvor det kan være rom for forbedringer - denne måten å observere på kalles *etnografisk observasjon*.

3.5 Etnografisk observasjon - deltakende observasjon

Johannessen et al. (2011) definerer etnografisk design; “*Forskeren gjør feltarbeid for å studere og lære om et individ eller en gruppe individer i deres egne omgivelser*”.

(Johannessen et al., 2011)

Etnografisk observasjon handler om å observere feltet som er under forskning. Innhente data gjennom å se eller lytte, noe drev med fra januar til midten av mars.

De ulike stegene i en etnografisk observasjon, Johannessen et al. (2011) beskriver deg slik;

1. *Forskeren lager en beskrivelse av den kulturen eller gruppen som studeres*
2. Forskeren foretar en *analyse* av temaer eller perspektiver som er under utredning
3. Forskeren gjør en *fortolkning* av kulturen, der han kommer fram til en forståelse av samhandling og meningsdannelse i kulturen
4. Sluttproduktet er et *helhetlig kulturelt portrett* av kulturen eller gruppen som består av både informantenes synspunkter og forskerens fortolkning.

(Johannessen et al.,2011)

3.6 Workshop

Ved siden av intervjuene, så vi muligheten for å gjennomføre en workshop. Kjentegnet ved en slik øvelse er brainstorming, her kommer man opp med forslag og ideer som kan gjøre forandringer. Workshop er en tidseffektiv undersøkelse, noe som gir mye informasjon på kort tid. Når man samler mennesker som jobber i samme bedrift eller har kjennskap til hverandre, skapes det nye ideer gjennom deling av kunnskap og åpne diskusjoner. Åpne og større diskusjoner kan også forklares med at undersøkelsen blir mindre formelt, og menneskene føler seg mer trygge (Trischler, 2018).

3.7 Gjennomføringen av workshop

Når vi bestemte oss for å gjennomføre workshopen, var det viktig for oss å få best mulig informasjon ut fra deltakerne. Vi fikk 30 minutter etter et stort møte, der mange relevante informanter var på plass. For å nevne noe var blant annet næringspådrivere i de fem kommunene, styringsgruppa og representanter fra andre bedrifter som har tilknytning til Bright House. Totalt var det 17 informanter som deltok i undersøkelsen.

Det var viktig for oss å være godt forberedt og ha gode nok spørsmål for at vi skulle få maksimalt ut av workshopen. Med kort tid og god veiledning fra veileder, fikk vi i løpet av kort tid utarbeidet et opplegg for tiden vi fikk. Vi startet undersøkelsen ved å introdusere oss til deltakerne og fortalte om forskningen vår. Videre gikk vi gjennom hvordan undersøkelsen skulle gjennomføres og presenterte spørsmålene vi ønsket de skulle besvare;

1. Hvilke ambisjoner og ønsker har dere med Bright House?
2. Hva skal til for at Bright House skal fungere i fremtiden?

På forhånd hadde vi skrevet ut arket med de to spørsmålene, hvor de først startet med å svare disse individuelt. Deretter delte vi deltagerne opp i tre grupper, hvor de sammen skulle diskutere hva de hadde notert individuelt, deretter diskutere egne notater og notere ned på et gruppe-arket. Når tiden var ute, samlet vi alle deltagerne hvor en representant fra hver gruppe presenterte og kommenterte gruppens "svar".

I workshop-prosessen tok vi rollen som observatøren, som Johannessen et al. (2011) presenterer i litteraturen. Når deltakerne ble delt opp i tre grupper observerte vi gode diskusjoner blant informantene og engasjementet rundt bordet. Ved å stille de spørsmålene vi gjorde fikk vi et godt overblikk over hva deltakerne ønsker med Bright House og hvilke ambisjoner/ønsker de har for fremtiden. Etter å ha gjennomført workshopen har vi faset ut de viktigste punktene som ble tatt opp, og lagde et eget dokument som ga oss en oversikt over funnene.

Det vi kan konkludere med er at workshopen var veldig vellykket, alt gikk etter plan og spørsmålene fungerte etter sin hensikt. Vi fikk se diskusjonen blant deltakerne og hvordan de jobbet sammen.

3.8 Dokumentstudier

Masteroppgaven og andre grunnlag for besvarelse av oppgaven er også basert seg på dokumentstudier. Dokumentstudie har en lang tradisjon i forskningen, som navnet tilsier går dokumentstudie ut på å samle inn informasjon og data ved hjelp av å studere dokumenter (offentlige eller private) som er relevant til forskningsspørsmålet (Memhetoglu, 2004). Som tidligere nevnt finnes det få skriftlige dokumenter eller lite forskning rundt fenomenet innovasjonshus, vi har sett andre dokumenter som er av interesse på grunn av beslektede begreper.

Underveis i forskningen fikk vi tilgang på offentlige dokumenter som har blitt produsert av offentlige institusjoner. Vi fikk også tilgang til private dokumenter som er skrevet til personlig formål, dette er private dokumenter som har blitt utvekslet mellom aktørene i Bright House (i etableringsfasen) (Memhetoglu, 2004).

Når vi startet forskningsprosess fikk vi tilgang på ulike dokumenter fra Bright House, blant nøkkeltall og andre strategiplaner. Disse dokumentene ga oss en god oversikt over dagens situasjon og hvordan hele etableringsprosessen var. Vi fikk også tilsendt forskjellige powerpoint presentasjoner med informasjon rundt sammensetningen av aktører i innovasjonshuset. Samtidig var det noen av informantene vi intervjuet som kom med dokumenter, blant annet planer for husets utforming, mulighetsstudie o.l.

3.9 Analyse

I dette delkapittelet skal vi gjøre rede for hvordan vi har valgt å gå frem for å analysere våre data. Som tidligere beskrevet i dette delkapittelet har vi gjennomført dokumentstudie, workshop og intervju, noe som går under den kvalitative forskningsmetoden. Vi velger å gjøre en kort gjennomgang av hvordan vi har analysert og tolket våre data. Johannessen et al. (2011) beskriver at å tolke betyr “å sette noe inn i en større ramme eller sammenheng”. Egne observasjoner og inntrykk vi har samlet under forskningsprosessen vår vil også ha en påvirkning på tolkningen av dataen vår.

3.9.1 intervju

Å analysere kvalitativ data være utfordrende, da det ikke finnes standardiserte teknikker, slik det er når man analyserer tall (Ringdal, 2013). Rindal (2013) beskriver i litteraturen sin at hensikten med en analyse er å gjøre spranget fra observasjoner til vitenskap. I denne masteravhandlingen har vi valgt å analysere datamaterialet vårt på tematisk analyse inspirert av Braun og Clarke (2006), vi må understreke at vi ikke har forholdt oss slavisk til denne, men som en “veiledning” og vil i neste avsnitt presentere den kort.

Braun og Clarke (2006) beskriver at tematiske analyse er en metode for identifisering, analyse og rapportering av mønstre i det innsamlede datamaterialet. Metoden krever lite detaljerte teoretiske og tekniske kunnskaper og er derfor en hensiktsmessig metode å bruke for de som har lite erfaring med kvalitativ forskning. Tematiske analysen beskrives som en ikke lineær seks-steps-prosess som består av seks faser som man skal gjennomføre (Braun & Clarke, 2006).

Den første fasen handler om å bli kjent med dataene i forkanten av kodingen. Den andre fasen består av å identifisere koder i datasettet. I fase tre går man gjennom de identifiserte kodene og plasserer disse innenfor kategoriserte temaer. I fase fire blir det tatt en gjennomgang av de kategoriserte temaene sett ut fra kodene, som vil resultere til at temaene begynner å ta form i slutten av den fjerde fasen. I den femte fasen skal man identifisere hva hvert tema handler om for så å navngi temaene.

Den siste fasen i seks-steps-prosess av tematisk analyse vil være den endelige analysen av dataen sett i sammenheng med forskningsspørsmålet og litteraturgjennomgangen (Braun & Clarke, 2006).

Etter at vi kort har tatt en gjennomgang av de seks forskjellige fasene i tematisk analyse vil vi nå belyse hvordan vi har analysert og gått frem av analysering av dataene fra intervjuene sett ut fra tematisk analyse. Når vi startet med analyseprosessen, gikk vi gjennom alle transkriberinger ved å sortere hva vi mente var interessante og viktige utsagn å ha med videre. Til slutt satt vi igjen med en oversikt over viktige utsagn og sitater som videre ble organisert i temaer. Vi valgte å bruke noen av de samme temaene som vi brukte i intervjuguiden, for å opprettholde en oversikt over kategoriene. Etter grundige vurderinger av temaene satt vi til slutt igjen med følgende temaer/kategorier:

Konseptet Innovasjonshus

- Innovasjonshuset Bright House
- Utforming av huset

Interne

- Aktører i Bright House (co-creation)
- Coworking
- Innovasjonskultur

Eksterne

- Satsing og behovet for et innovasjonshus i regionen
- Dagens Innovasjonssystem
- Spenninger Innovasjonssystemet

3.9.2 Workshop

Jmf. kapittel 3.6 *Workshop* - hadde vi en gjennomgang av hvordan vi har gjennomført workshopen, videre skal vi belyse hvordan vi har analysert og tolket data av workshopen. Analysen av dataen har skjedd i form for systematisk koding, først organiserte vi dataen i et skjema for å få en bedre oversikt. Så startet vi med å organisere svarer inn i kategorier/temaer. Siden mange av informantenes svar var like valgte vi å samle disse under en kategori for å så skrive et lite “sammendrag”.

Etter at vi hadde gjennomført kategoriseringen gikk vi gjennom hvilke funn og sitater som var viktige og relevante å ta med videre ut ifra gitt forskningsspørsmålet.

3.9.3 Dokumentstudie

Jmf. Kapittel 3.8 *Dokumentstudie* - presenterte vi hvordan vi har gått frem og hvilke dokumenter vi har benyttet oss av. For oss var det viktig å dokumentere det mest relevante informasjon og data, dette gjorde vi ved å samle alt på ett sted i et eget dokument som begge hadde tilgang til. Hadde vi ikke gjort dette hadde vi sittet igjen med mange titalls sider med dokumenter og informasjonen som hadde vært veldig uoversiktlig. Gjennomgående i prosessen har vi alltid tatt vurderinger underveis om informasjonen er relevant med tanke på tema. Dette gjorde vi bevisst for å begrense mengden med data.

3.10 utfordringer underveis

Underveis har vi hatt endel timer inne på Bright House, og regnet oss grovt frem til totalt 73 timer. Dette er timer i januar, februar og starten av mars. Ved å være på Bright House så vi muligheten for å observere ansatte og miljøet (internt) - og ser i ettertid at dette er en viktig datakilde.

Det må også nevnes at oppgaven ble skrevet når det var pandemien Covid-19. Målet var å sitte på Bright House helt til vi skulle levere oppgaven, men dette lot seg ikke gjøre når de fra og med 14.mars ba de ansatte til å ha hjemmekontor og dager etter ble huset helt stengt. Vi var derfor glade for at vi allerede hadde gjennomført de fleste intervjuene og hadde allerede mange timer på "benken" som observatører før pandemien. Selvfølgelig kunne vi ønske vi satt der mer og kunne "stikke innom" kontorene til de ansatte, men føler vi har løst det bra via mail/telefon når det var behov for det.

Vi hadde også planlagt en studietur til Oslo i mars, hvor vi blant annet skulle besøke innovasjonshus som Sentrale og Oslo Mesh. For å hente litt inspirasjon, ideer og få kjenne på miljøet fra andre suksessfulle innovasjonshus. Dette var dessverre ikke mulig grunnet Covid-19 viruset hvor alt av innovasjonshus ble stengt. Siden vi ikke fikk gjennomført de siste planene våre måtte vi tenke nytt og finne andre muligheter. Vi gjennomførte mye research på nett for å få et innblikk på innovasjonshusene nevnt ovenfor. Vi hadde også telefon- og skype møter med relevante personer som vi egentlig skulle møte samtidig som Oslo-turen. Vi takker informanten for tiden han satte av til oss, og intervjuet hadde en fin flyt selv om vi satt milevis unna hverandre.

På bakgrunn av helsedirektoratet sine anbefalinger har vi store deler av perioden ikke kunne sittet sammen for å arbeide med masteroppgaven. Vi kompenserte dette med nesten daglige skype møter med hverandre, og føler selv at vi har mestret tiden på en god måte.

3.11 Merknad

I løpet slutfasen av forskningen har vi vært i dialog med ansatte i Gjøvikregionen Utvikling. Dette var når de skulle arbeide med videre kartlegging og planlegging av strategisk plan for neste fase. De ønsket at vi skulle være med i denne prosessen, for å gi innspill og feedback. Vi fikk gjennom dette møte diskutert noen av våre funn, som blir presentert senere i avhandlingen.

4.0 Empirisk Analyse og diskusjon

I denne delen av oppgaven ønsker vi å presentere hovedfunnene vi mener er viktige å ha med videre sett ut fra forskningsspørsmålet. Vi har en robust datakilde, med data fra ulike hold. Dataene som er samlet inn stammer fra intervjuer, workshop, dokumentstudie og egne observasjoner. Dette vil gi oss god oversikt over dagens situasjon på Bright House og vil hjelpe oss til å besvare forskningsspørsmålene. Jmf. kapittel 2.0 *Teoretisk grunnlag* presenterte vi det teoretiske grunnlaget for oppgaven, og vil i denne delen diskutere disse opp mot funnene. Gjennom en gjennomgang av funn og det teoretiske grunnlaget, så vi behovet for å revidere oppgavens problemstilling. Dette var noe vi så på som nødvendig, da funn og problemstilling ikke samsvarte med hverandre - samt den gamle hadde blitt tidkrevende. Før vi presenterer funnene og diskuterer disse, ønsker vi å friske opp minnet i hva oppgavens problemstilling er:

På hvilken måte fungerer Bright House som et innovasjonshus for leietakerne?

Hva kan de gjøre for å styrke sin rolle som innovasjonshus?

Hvilken rolle har Bright house i Gjøvikregionens regionale innovasjonssystem?

Vi har delt opp dette kapittelet i fire bolker, innovasjonshuset, interne forhold, eksterne forhold og til slutt workshop. Under disse bolkene blir det presentert ulike funn og diskusjon opp mot teori og egne meninger/tolkning. Som nevnt jmf. kapittel 2.5 *Kunnskapsbaser*, vil kunnskap brukes overordnet i hele kapittel 4.0 *Empirisk analyse og diskusjon*;

“Resultatet av innovasjon er når eksisterende eller ny kunnskap kobles på nye måter.

Kunnskap i helhet er et viktig fokus når det gjelder innovasjonsarbeid og det å skape en god innovasjonskultur ved å dele og hjelpe hverandre. Muligheten ved å dele kunnskapen med andre er svært essensielt i et innovasjonsarbeid”

Vi har valget å skrive presentasjon av funn og diskusjon i et felles kapittel, for å unngå for mye gjentakelser og for å skape en helhetlig leseforståelse. Modell 3 nedenfor viser en helhetlig oversikt over funnene fra de ulike bolkene. Til venstre viser vi er oversikt over funnene, om de er ligger/er under innovasjonshus, internt, eksternt eller workshop. Og til venstre blir de kort presentert, disse funnene blir grunnlaget for videre diskusjon.

Funn	Hva
Innovasjons huset	<ul style="list-style-type: none"> ● Konseptet innovasjonshus ● Utnytter seg ikke optimalt av samlokaliserings effekten
	<ul style="list-style-type: none"> ● Budsjettet sprakk ● Manglende/ulike meninger om utforminger av huset
	<ul style="list-style-type: none"> ● Hva skal til for å bli et velfungerende innovasjonshus ● Hvordan det er nå og hvordan det kan bli?
Internt	<ul style="list-style-type: none"> ● Aktører – Sammensetningen av aktører
	<ul style="list-style-type: none"> ● Innovasjonskultur ● Dårlig kommunikasjon og samarbeid ● Co-creation ● Ikke tilstedeværende lederrolle/fasilitator for innovasjonshuset
	<ul style="list-style-type: none"> ● Visjon og mål
	<ul style="list-style-type: none"> ● Spredning og deling av kunnskap
Eksternt	<ul style="list-style-type: none"> ● Dagens innovasjonssystem
	<ul style="list-style-type: none"> ● Spenninger i virkemiddelapparatet
Workshop	<ul style="list-style-type: none"> ● Næringspådriver ● Koblingsboks ● Kunnskap og kompetansen

Modell 3. Oversikt funn

4.1 Konseptet Innovasjonshus

Det første temaet vi vil diskutere er selve huset i sin helhet, grunnen til dette er at innovasjonshuset Bright House er hovedtemaet i oppgaven vår. Det vi mener som helhet, er utforming av huset, hvordan huset fungerer per dags dato og hva leietakerne/virkemiddelapparatet mener skal til for å skape et velfungerende innovasjonshus. Samtidig diskuterer vi konseptet samlokalisering og samhold.

4.1.1 Innovasjonshuset Bright House

Når det kommer til selve innovasjonshuset Bright House, har vi både fra intervjuer og egne observasjoner lagt merke til noen fellestrekk som vi velger å legge frem. Det er flere som er tilfredse med huset i sin helhet, og ser på konseptet og fenomenet innovasjonshus som noe positivt både for egen suksess, men også for Gjøvik regionen og dens næringsliv. Både med tanke på utveksling av kompetanse og huset som en koblingsboks, både for næringslivet og for universitetet NTNU som ligger tett ved. På den andre siden er det andre informanter som påpeker at det ikke er optimalt slik det er per dags dato, som kan ses i sammenheng med utnyttelsen av huset. Vi ser at de har planer og mål med huset, og de fleste har en formening om hva som skal til. Våre tanker er at de opprettholder aktivitetsnivået på huset og gjør små endringer når de ser behovet for det - så lenge ressursene er tilstrekkelig. Videre skal vi diskutere huset opp mot relevant teori.

I det teoretiske grunnlaget tidligere i oppgaven, så vi på ulike teori fra ulike hold, og fant til dels lite forskning på fenomenet innovasjonshus. Sammen med annen litteratur valgte vi å koble det sammen med det beslektede begrepene, samlokalisering, og koblet dette sammen under et. Jmf. kapittel 2.1 *Konseptet innovasjonshus* presenterte vi; *Samlokalisering er en samlebetegnelse for næringshager, klynger, inkubatorer, coworking spaces, creative hubs, arbeidskollektiv, kontorfellesskap og lignende, der virksomheter deler lokasjon med ulike fellestjenester* (Ericsson & Andersen, 2016; Andersen & Hoff, 2016).

Sammen med begrepet samlokalisering som ble presentert, kan vi helt klart kategorisere Bright House som et innovasjonshus. Flere av fellestrekkene passer med teorien, men det vi raskt kan se er at det er behov for endringer og justeringer slik at huset blir optimalt som de ønsker. Uansett hvor man befinner seg er det alltid behov for endringer og forbedringer, hvertfall når dagens hverdag og teknologi er i kontinuerlig endringer. Vi vil på mange måter si at konseptet og tanken bak Bright House er godt etablert med tanke på fasen de befinner seg i.

I det teoretiske grunnlaget ble det også presentert at et innovasjonshus i sin helhet har en positiv effekt på kompetansedeling og læring, noe som studiene til Andersen (2019), (Myhre, 2011; Boye, 2012; Flatnes & Hansen, 2016) viser til. Vi ser at det til dels blir deling av kunnskap mellom de ulike aktørene (leietakere/virkemiddelapparatet) og at samarbeidet blir enklere gjennom å være samlokalisert. På den andre siden kan vi se at de ikke utnytter muligheten, med dette mener vi den positive effekten av å være samlokalisert. Bergum og Ørbeck (2006) støtter litteraturen til Myhre (2011) Boye (2012) Flatnes & Hansen (2016), om at samlokalisering har en positiv effekt - noe som vil føre til et større miljø med mulighet for bedre kommunikasjon, bedre erfaringsutveksling og mulighet for å utvikle mer dybdekunnskap. Holen (2010) presenterer også at nettverket til de enkelte bedriftene vil bli større og medlemmene vil få en bedre utgangspunkt for fagelig utvikling. Vi tolker at de har klart å etablere huset og skaffe interessante aktører, men den positive effekten av være samlokalisering stopper der. Kort oppsummert så benytter de seg ikke av mulighetene sine ved å være samlokalisert på et hus.

Boschma (2005) viser til at geografisk nærhet ikke er nødvendig, men at det har en positiv effekt. Vi ser at deler av virkemiddelapparatet (de fem kommunene og nærings pådrivere) som ikke har fast plass på huset, likevel har en positiv effekt på nærhet. Dette er fordi de prøver å jobbe mot noe felles, og møter hverandre på grunn av samarbeid og/eller annen tilknytningen til huset. Boschma (2005) legger også frem at samlokalisering kan ha en negativ virkning på interaktiv læring og innovasjon, hvis aktørene føler seg "bundet". Vi tolker at dette kan være en av dagens situasjon i Bright House, da noen av informanter mener mye kan bli "påtvinget" og at det er uklare rammer. I ulike rammer mener vi; mål, eierskap, deltakelse og engasjement for huset. For å se det fra en annen vinkel viser litteraturen at samlokalisering er avhengig av kunnskapsbaser, for å ha en betydning og effekt. En slik base er kunnskapen en virksomhet eller bedrift trenger for å innovere, og er relevant for

innovasjonsaktiviteten (Boschma, 2005; Martin, 2013).

Vi kan si at muligheten ligger der, og at ulike studier presenterer at det skal ha en effekt – men at Bright House ikke er gode nok på å benytte seg av denne muligheten. Ved å samle så mange ulike aktører med ulik kunnskap og kompetanse, hvorfor blir den ikke brukt bedre på tvers av bedriftene for å skape deling og spredning - men også innovasjon og skape nye ideer.

Vi kan ses dette i sammenheng med neste analyse av funn, nemlig utforming av huset. Utformingen av huset er, og kan være en faktor for å skape det vellykkede innovasjonshuset som de ønsker. noe vi vil diskutere nærmere i neste delkapittel.

4.1.2 Utforming av huset

Det var ulike meninger om utformingen, da ikke alle har kontorplass eller fast tilhørighet på huset. Samtidig ser vi at det er en viss enighet når det gjelder utforming av fellesarealene. I dette delkapitlet skal vi ta for oss viktigheten av utformingen av innovasjonshuset og hvilken rolle utformingen har på kreativiteten til individene og innovasjonsarbeidet.

Andersen (2019) presenterer at den fysiske utformingen har en stor betydning for i hvilken grad samarbeid oppstår.

Vi vil bruke definisjonen til Oksanen og Ståhle (2013), da vi ønsker å bruke denne videre som overordna perspektiv på et innovativ rom.

“Innovative spaces are to be seen as catalysts for an organization’s ability to, for example, improve communication, reconfigure resources, attract and retain talent, or reflect values”
(Oksanen & Ståhle, 2013)

Litteraturen til Oksanen og Ståhle (2013) viser at fysiske rom er viktige for uformelle samtaler og at kreativiteten og skape en arbeidsglede. Noe også Hatling et al., (2016) legger frem at fysisk nærhet til hverandre har mye å si på kunnskapsdeling og læring. Informant 2, presiserer at bygget i sin helhet er bra - med store og åpne områder, felles inngang og en kaffeplass. Informanten påpeker at det er viktig med et bygg som er mye mer enn bare et

kontorfelleskap, og at det er “typisk moderne innovasjonsmiljø - det er lagt opp til å møtes”. På den ene siden er inngangspartiet som er “kantina” åpen og oversiktlig, men det er lite inspirerende da designet er veldig rustikt og sterilt. Gjennom intervjuene og egne observasjoner har vi fått et inntrykk av Bright House har en litt uheldig plassering, noe følgende informant uttrykker;

“Du passerer ikke forbi BH helt tilfeldig, det er innerst, nederst og borti der - og det er klin umulig å parkere - noe som er et stort problem og blitt betraktelig verre. Syns det ligger litt “bortgjemt” selv om huset i seg selv er fint. Mustad Næringspark er lukket, du må forbi vakthuset og bygget har store og høye gjerder”

Dette utsagnet har vi også mottatt av andre, og vi er selv enige i dette. Huset er plassert i en park som fortsatt er preget av å være en industripark. Før du kommer ned på parkeringen kjører du forbi vakthuset og store høye gjerder som er rundt området. Man går forbi porter og forbi store bygg. Hvis man ikke vet hvor man skal gå her, er det vanskelig å finne frem til riktig bygg ved første øyekast. På grunn av lokalisasjonen til innovasjonshuset er det ikke sånn at man bare “stikker innom en tur”, man må på forhånd planlegge besøket. Dette kan på den ene siden ha en negativ påvirkning på den tilfeldige gjennomstrømningen av mennesker. Jmf. kapittel 2.1 *Konseptet innovasjonshus* presenterte vi at hensikten med et slikt hus er nemlig arena for samling, skape sosiale relasjon og at mennesker/aktører møtes. Vi føler dermed at litt hensikten med Bright House. Våre tolkninger ut i fra utsagnene og teorien, er at Bright House ikke får den “tilfeldig gjennomstrømningen” som alle ønsker - siden bygget kan virke “bortgjemt”. På den andre siden er det vanskelig å kreve et slikt miljø på Bright House og Gjøvik, som man ser på innovasjonshuset Mesh og Sentralen. Gjøvik kommer sannsynligvis ikke til å bli like “urbant” og “tilfeldig” som store Oslo.

På den andre siden ser vi også at noen av informantene uttrykker at de er fornøyde med lokaliseringen på Mustad Næringspark, på grunn av miljøet som er etablert rundt;

Informant 5. *“Beliggenheten er bra, omgivelser er viktig for hvordan du jobber sammen og men jeg syns det ikke er optimalt slik det er nå. Jeg syns det er litt gammeldags, og mener det ikke er et sted for nytenkning i det hele tatt.”*

Selv om mange av respondentene føler seg tilfredse med Bright House, må det også nevnes at ikke alle deler samme oppfatning av huset. Flere deler tanken om at de ønsker flere møterom og “kroker” for å møtes. Samtidig som det er flere som ønsker at kantinen skal bli mer som en kafe. Per dags dato er det også mange som nevner at bygges preges fra å være et gammelt industribygg. Selv om det var meningen å beholde noe fra det gamle, føler vi det mangler “liv” og “varme” for å skape en kreativ atmosfære. Det sies også at huset gir lite inspirasjon til kreativt arbeid, noe som ses i sammenheng med at det er rustikt og lite “farger” og “spill” ellers i rommene. Dette kan vi koble opp mot hva psykolog og adferdsekspert Niklas Laninge beskrev i artikkelen til Nettavisen, jmf 2.1.1 *Utforming av huset*. Som han videre belyser i sin artikkel er det viktig å skape sosial arbeidsplass som oppmuntrer til samtaler med andre og komme i kontakt med andre mennesker på tvers av bedrifter (Nettavisen).

“Forskningen viser at møter mellom mennesker med ulike forkunnskaper er den beste måten å øke dynamikken og kreativiteten på en arbeidsplass. Å skape en sosial arbeidsplass som oppmuntrer til naturlige møter er nøkkelen.” (Nettavisen)

Informant 6 uttrykker “åpenheten” på følgende måte; *“Jeg synes ikke det er så åpent som forventet, hos oss har alle som sitter på kontor skaffet seg “kiler” - slik at dørene alltid skal være åpen. Jeg synes også at de burde arrangere flere felles arrangementer til oss inne på huset. Slik det er nå er det bare de som er utenfor huset som blir “invitert inn” og ikke vi som allerede er her. Vi må bli flinkere på det som er felles og bli bedre kjent vi som er inne på huset. Ved siden av dette må jeg også si at jeg ikke kjenner eller vet hvem alle som er på huset er”*.

Informant 9 uttrykker; *“huset er ikke lagt til rette for innovasjonsaktiviteter, det er ingen sosiale soner - selv om det er mange plasser i kantinen er det ikke så innbydende som det burde ha vært”*

Egne observasjoner og som flere av informantene nevner: i en etasje sitter det blant annet tre ulike bedrifter på en flate. I denne etasjen har det blitt satt opp tre ulike kjøkken (hos hver bedrift) - det som kunne gjort annerledes her er å kun ha ett kjøkken på denne flaten.

Informant nevner blant annet at ved å hente seg kaffe eller smøre på brødskiven sin på kjøkkenet - gjør at de møter andre ansatte og kommer i kontakt med disse. Dette er noe vi ser er viktig fra litteraturen til Oksanen & Ståhle (2013) og artikkelen fra Nettavisen.

Informant 5; *“Et hus der det er lav terskel, slenge seg ned på en sofa og ta en kaffe, møte folk som er interesserte i deg, din kompetanse og aktiviteten på huset. Ta inspirasjon fra andre innovasjonshus, for eksempel åpne en ny attraksjon hvert år”*.

Vi sier oss enige i hva informant 5 uttrykker, de lille uformelle sonene der man kan “slenge seg ned på sofaen”. Litteraturen til Oksanen og Ståhle (2013) viser at fysiske rom er viktige for uformelle samtaler og at kreativiteten og skape en arbeidsglede.

Fra dokumenter vi har sett på, og i forbindelse med enkelte intervjuer, ser vi budsjettet til selve huset “sprakk” under oppbygging. Alle planen med huset som skulle stå ferdig likt med huset åpning, måtte avvikles og endres. Det var noen fysiske forutsetninger som ikke ble fulgt opp, for eksempel minglerom og soner, som kanskje hadde gjort at den sosiale interaksjonen hadde vært mer til stede. Noe vi kan se i sammenheng med viktigheten av utformingen av arbeidsmiljøet jmf. kapittel 2.1.1 *Utforming av huset* (Evensen, 2016; Nettavisen; Oksanen & Ståhle, 2013)

Som flere informanter nevner: “det fysiske må til for å skape det relasjonelle”. Evensen (2016) presenterer at det å skape et arbeidsmiljø der ansatte er trygge på hverandre og gir hverandre støtte - er viktig for både arbeidsglede og motivasjonen. Dette er noe også Andersen (2019) støtter i sin litteratur, hvor hun presenterer at den fysiske utformingen har en betydning for hvilken grad av samarbeid som oppstår. Fra det ene dokumentet vi fikk innsikt i, ble det etablert en “mulighetsstudie” fra 2016 som ble utarbeidet av arkitekt- og design - bedrifter. Her er det illustrert med bilder og forklart med ord hvordan ting skulle være. Planoversikter ble også etablert slik at det kunne gis et klart bilde over hvordan det skulle bli.

Ser vi på planer som uteble på grunn av budsjettet sprakk:

- En felles uteplass med bord og stoler, samt en sykkelpark
- Flere runde bord og soner inne ved hovedinngangen (kantinen)
- Ved hovedinngangen ble det også nevnt at det burde sitte en resepsjonist - som skulle fungere som en velkomst-funksjon og samt en som “kunne vise veien”

Nå har vi gitt en gjennomgang av Bright House som helhet og elementer ved utformingen av huset. Som nevnt ser vi at huset fungerer slik det er i dag, men også at ting kan forbedres. Forbedringer og våre anbefalinger til Bright House vil bli presentert i eget kapittel senere i oppgaven. I neste kapittel skal vi ta et steg videre å dykke dypere inn i interne forhold på Bright House.

4.2 Interne

I foregående kapittel så vi på innovasjonshuset Bright House og utformingen av huset. For å finne mer svar på problemstillingen om hvordan innovasjonshuset fungerer i dag og hvordan de kan styrke huset sin rolle, er det essensielt å dykke inn i interne forhold på huset. I kommende kapittel skal vi diskutere sammensetninger av aktører, co-creation, strategisk plan og innovasjonskulturen.

4.2.1 Aktører i Bright House (co-creation)

I dette delkapittelet ønsker vi å diskutere og presentere funnene rundt sammensetningen av aktører i innovasjonshuset. Her ønsker vi å gi et innblikk i samarbeidet mellom aktørene og leietakerne. Med dette mener vi samarbeidet mellom aktørene, hvor blant annet kommunikasjonen mellom aktørene vil stå i fokus. Tidligere i teorigrunnet har vi presentert begrepet co-creation som er et sentralt begrep i denne masteravhandlingen, og er et ønske for Bright House når det gjelder samarbeid på tvers av aktørene. For at denne samskaping prosessen skal fungere er det noen elementer som må ligge til grunn. Dette er; viktig at “medlemmene” av et sånt konsept er åpne for den kreative energien fra hvert individ, åpen for et godt samarbeid, vise engasjement og er villig til å dele sin kunnskap og erfaring med hverandre (Rill, 2016). For oss var det viktig å få innsikt i hvordan sammensetningen av aktørene og leietakere fungerer, og hvordan de samarbeider på tvers. I teorien om co-creation finnes det ikke noe fasit på hvilke bransjer som bør danne et fellesskap med hverandre (Andersen, 2019).

For å få en oversikt over sammensetningen av aktørene og bedriftene i innovasjonshuset i dag, valgte vi å spørre informantene hva de synes om sammensetningen av aktørene og bedriften i Bright House i dag. Vi mener at sammensetningen av aktører og bedrifter i et innovasjonshus er viktig for at man kan “kalle” det et innovasjonshus. Det er også viktig at disse samarbeider godt sammen med hverandre og har tillit til hverandre for at innovasjonsarbeidet skal finne sted (Ind & Coats, 2013). Som oppfølgingsspørsmål spurte vi blant annet om hvilke aktører eller bedrifter de ønsker å ha inn i Bright House i fremtiden.

Ved hjelp av egne observasjoner og gjennomførte intervjuer fikk vi også dannet oss et bilde av hvordan samarbeide og kommunikasjonen er internt i huset. Noe som er et viktig funn som vi ønsker å presentere videre, med tanke på oppgavens problemstilling.

Noe som kommer tydelig frem blant informantene er at det er delte meninger rundt sammensetningen av aktører i huset. Flere av informantene er fornøyde med sammensetningen, ut ifra at det er så tidlig i oppstartsfasen - noe informant 2 gir uttrykk til:

“Vi er på god vei, men i en tidlig fase som vi er i dag, er sammensetningen av bedriftene i Bright House helt ålreit.”

Men det kommer frem at andre ikke er like fornøyde og mener at det kunne ha vært bedre. Dette skyldes blant annet at i starten av prosjektet valgte de leietakere som ville inn i huset for å kunne dekke blant annet leiekostnader. Samtidig som kravet på hvem som skulle inn var lav, noe informant 9 presiserer:

“Vi har noen bedrifter som er “hyllevarmere”, og for å betale leien. De er ikke akkurat utviklingsfremmende bedrifter.”

Når det gjelder dette punktet er det flere informantene som sier seg enig, blant annet sitatet til informant 4:

“I starten sa man “ja” til det som kom inn, men man burde senere passe på hvem som skal inn huset.”

Valget med å være lite kritiske på hvem som skulle inn, ga en negativ virkning på det interne blant annet på engasjementet, kommunikasjon og samarbeidet på tvers. Noe som også har gitt en negativ virkning på co-creation konseptet og innovasjonsarbeid. Som vi tidligere har presentert i teorigrunnlaget, er akkurat de nevnte faktorene som engasjementet, kommunikasjonen og samarbeidet på tvers viktige faktorer for at man kan bygge et godt samarbeid (Andersen, 2019).

Noe også informant 9 bekrefter med følgende sitat:

“Vi er gode men ikke gode nok, noen jobber bra sammen, men noen jobber mye alene. Vi prøver månedlig å skape et felleskap, men folk stille dessverre ikke opp, etterpå blir det dårlig stemning fordi det “ikke skjer noe på huset” dette er ikke helt enkelt.”

Dette utsagnet gir oss en indikasjon på at ikke alle bedrifter føler samme eierskapet til innovasjonshuset, som man egentlig skulle ha vært til stede. Bedriftene er kanskje mer fokuserte på sin egen suksess enn det å skape en god innovasjonskultur. Det er viktig at disse får bevisstgjort hva det betyr å være en del av et co-creation miljøet (Rill, 2016). Vi har fått et inntrykk av at flertallet av leietakere, bedrifter og aktører er bevisste over hva som kreves, men de anvender det ikke i realiteten. Man burde kanskje konkretiseres mer hva som forventes av enhver for å være en del innovasjonshuset, gjennom en slags avtale kontrakt. Dette er noe Bergum og Ørbeck (2006) støtter i sin litteratur hvor de henviser til tidligere forskning; “Det er viktig å understreke at samlokalisering ikke automatisk gir positiv effekt, det er viktig at det må suppleres med formelle avtaler, fysisk struktur, bevissthet om åpenhet i informasjonsspredning og samkjøring av ulike prosesser som skal skje i huset.”

Rill (2016) trekker frem i sin artikkel at direkte interaksjoner er viktig når det gjelder kollektivt samarbeid og engasjement. Bright House har som mål å oppnå dette for å skape innovasjon, verdi og økonomisk vekst. Igjen ser vi her at det ikke er tilstrekkelig med engasjement blant aktørene, som igjen gir en ringvirkning på samarbeidet.

Informant 9 uttrykker at de har prøvd å tilrettelegge for at aktører kan samarbeide på tvers, blant annet ved å arrangere arrangementer eller månedlige fellesmøter. Her var det sjelden at alle bedrifter var representert og etter hvert “døde alt helt ut”. Dette er en indikasjon på at de interne forholdene mellom bedriftene og aktørene ikke er helt optimalt.

Her må det presiseres at dette ikke gjelder alle bedrifter og aktører i Bright House. Vi ser at det er mange som er engasjert i at “konseptet innovasjonshus” skal fungere, men det er klart å se at det er forbedringspotensial fra alle sin side.

Det er viktig at folk i huset blir kjent med hverandre, bygger et sosialt bånd og skaper tillit for at man kan få til et godt samarbeid - noe som Leforestier (2009) legger vekt på i sin artikkel. Leforestier (2009) og Fost (2008) presenterer at å skape et felles sosialt bånd mellom aktørene er viktig, noe som skjer gjennom deling/spredning av kunnskap - også å skape et fellesskap. Her ser vi igjen at teorien om et fellesskap og knytte et bånd mellom aktørene skal gi ringvirkning på innovasjonsarbeid og innovasjonskultur. Her ser vi igjen at det er behov for forbedringer med tanke på hva informantene uttrykker. Vi har observert at noen av individene i Bright House har fått et sosialt bånd til hverandre, men det viser seg at det er noen som ikke har noe kjennskap til hverandre i det hele tatt. Andersen (2019) presenterer i sin artikkel at det er viktig med klare og felles mål/visjoner, og at aktørene blir med på disse planen. Vi ser at dette er noe Bright House prøver på, men vil komme nærmere inn på dette i kapittelet innovasjonskultur.

Til nå har vi gått gjennom sammensetningen av aktørene og “touchet” litt temaet co-creation og coworking. Vi ser at det er behov for å dykke dypere inn i dette, da det er veldig aktuelt og for å få et innblikk i hvordan aktørene samarbeider på tvers i huset. Neste delkapittel vil dermed inneholde coworking.

4.2.2 Coworking

I Bright House er det en egen etasje hvor det er etablert en egen coworking område. Leforestier (2009) beskriver i sin artikkel at coworking baserer seg på følgende verdier; deltagelse og åpenhet. Dette er med tanke på hvordan de utnytter hverandres kunnskap, talent, kreativitet og ressurser med tanke på de involverte (Von Hippel, 1986).

Bright Work som er coworking området på Bright House, har i en lengre periode stått tomt. Før Covid-19 utbruddet var det flere leietakere som begynte å ta i bruk området. Gjennom intervjuene er det flere av informanter som reagerer på at det har vært lite liv i huset fra starten, både på Bright Work, men også i hele huset. Flere har hatt et ønske om å “skape liv og røre i huset” forttest mulig, noe informant 5 uttrykket.

Det er flere informanter som mener at det er viktig at det kommer nye aktører og bedrifter og at huset blir fylt opp. For å kunne skape et fellesskap hvor folk møtes, jobbes og prates - er det viktig med gjennomstrømming av aktører. Dette er noe Andersen (2019) også nevner i sin litteratur. Andersen (2019) legger også frem at det er viktig å jobbe sammen rundt prosjekter og etablere en god delingskultur rundt kompetanse. Vi ser at utsagnet til informant 1 stiller i samsvar med hva Andersen (2019) mener er viktig:

“Viktig å fylle opp huset prøver å få inn ulike bedrifter og eventuelt har felles prosjekter så sitter alle her på huset. Man må kobler huset slik at folk møtes, jobbes og prates for å skape et fellesskap. Viktig at disse får prosjekter sammen og deler på prosjektet. Rett og slett dele kunnskapen med hverandre.”

Presenterer sitat gir en indikasjon på at man savner et fellesskap hvor deling av kunnskap er hverdagskost. Hvor man kan møtes, jobbes og prates for å skape et fellesskap. Vi har på mange måter fått et inntrykk av at det er viktig å fylle opp huset og en gjennomstrømming av leietakere, noe vi sier oss enig med. På det ene siden kan vi si oss enige i gjennomstrømmingen av leietakere, men at det likevel kan være bedrifter som blir værende for å vokse - for så å flytte ut. Samtidig er Bright Work basert på at gründere og entreprenører skal ha et slags “felles kontor”, hvor de kan samarbeide og å hente inspirasjon fra hverandre.

Vi ser dermed at coworking handler om å jobbe sammen for å skape en felles kultur ved hjelp av åpenhet, samarbeid og mangfold - Merkel (2015) presenterer at coworking handler om å skape noe felles. For å skape denne kulturen er det viktig med et godt samarbeid, åpenhet blant “medlemmene” og mangfold. Dette er noe vi kan si oss enige i, og vi kan på mange måter se at det er dette de ønsker med huset.

Noe alle informanter gir uttrykk for er at det viktig å ha noen utskiftninger av leietakere i løpet av de kommende årene. Noe informant 10 presiserer:

“Det er viktig å skape gjennomstrømming i huset og ting kan ikke bli stående stille”.

Informanten 10 sier videre at denne gjennomstrømningen er så viktig for at innovasjon skal skje. Siden meningen med innovasjon skal skje må det bli tilført noe nytt, og får nye tanker. Det er flere av informantene som deler samme tanke, og ifølge Aasen og Amundsen (2011) sin innovasjonsteorien er det viktig at det alltid tilføres noe nytt gjennom nye tanker og ideer. Desto viktigere blir det for Bright House å fylle opp huset helt og ikke minst i fremtiden for skape den attraktiviteten de ønsker. Når situasjonen har stabilisert seg så er det viktig å få inn “frisk vind” inn i huset gjennom utskifting av bedrifter.

Som tidligere nevnt hadde vi et underspørsmål hvor vi spurte informantene om hvilke aktører og bedrifter de ønsker seg inn i Bright House. Her er det flere delte meninger og funn blant informantene noe vi ønsker å presentere og diskutere videre.

Noe som er veldig tydelig blant informantene er at de fleste har et ønske om at Innovasjon Norge skal ha representanter i Bright House. Dette er både på grunn av deres relevans og at de er en viktig aktør i virkemiddelapparatet - vi diskuterer dette nærmere i delkapittel 4.3.21 *Spenninger virkemiddelapparatet*. Generelt har vi fått et inntrykk av at det er et “savn” etter andre i virkemiddelapparater på Bright House. Noe følgende sitater uttrykker.

Informant 4: *“Fylkeskommunen, burde være med på banen pluss innovasjon Norge med eget kontor. Hadde vært en stor styrke for huset.”*

Informant 10: *“Blant annet fylkeskommunen burde også vært der.”*

Videre utdyper informant 10 at det også ville være hensiktsmessig å ha alle fem kommuner (førstelinje) mere til stede, grunnet med at det mangler en dimensjon. Vi kan på mange måter si oss enige i dette, da flere av aktørene i virkemiddelapparatet er gode aktører når det gjelder kunnskap og andre ressurser. Ved at disse vil være representert på huset vil tilgangen til kunnskapen og kompetansen være lettere tilgjengelig for alle. Igjen ser vi her at viktigheten med åpenhet rundt deling og spredning av kunnskap er viktig for innovasjonsarbeid/kultur. Noe som spesielt kan ses i sammenheng med taus kunnskap (Martin, 2013).

Gjennom vår forskning har vi fått et innblikk i at styringsgruppa har fått en mulighet eller lagt inn forslag på hvem de ønsker inn, og andre ideer (arrangementer, møter, kurs o.l.). Dette er noe også Andersen (2019) og Uda (2013) belyser i sin litteratur, at det er viktig å inkludere alle. På den andre siden mener vi at leietakerne også kan bli mere inkludert i fremtidens beslutninger. Vi vil i kapittel 5.2 *Anbefalinger for Bright House* utdype denne anbefalingen.

Blant informantene er det ulike meninger når det gjelder størrelse og hvilke type “bransje” som skal inn på Bright House. Noen ønsker seg lignende bedrifter, bedrifter som ikke er på huset eller regionale bedrifter som skaper samarbeid på tvers - altså en miks av bedrifter (Andersen, 2019). Nedenfor presenteres det følgende sitater som tar opp tema rundt akkurat dette.

Informant 1: *“Men ønsker en god miks av bedrifter som kan ha nytte av hverandre.”*

Informant 2: *“Hadde vi fått inn store firmaer så hadde det vært supert, men det er ikke helt det som er poenget og det kan gå utenfor kjernen. Mellomstore bedrifter i en vekstfaktor er det vi kanskje er ute etter.”*

I litteraturen er sammensetningen av medlemmene i et coworking konsept mye diskutert. Det finnes ulike meninger om hva som er den “optimale” sammensetningen av bransjer og aktører (Andersen, 2019). Men det sies også at sammensetningen ikke har så mye å si så lenge medlemmet har samme formål med samarbeidet. Som Uda (2013) belyser i sin artikkel, er hovedmålet med coworking samarbeid for å skape verdi gjennom kommunikasjon på tvers. Så det vi kan konkluderer med er at det ikke finnes et fasitsvar på hva som er riktig eller galt.

Men på den andre siden er viktig at medlemmene altså i dette tilfelle leietakere, er bevisste over hva det betyr å være en del av et innovasjonsmiljø - for å få coworking konseptet til å fungere. Kan det være hensiktsmessig å benytte seg av de seks bud for god coworking ledelse og verktøykassen for coworking som vi har presentert i teorigrunnet (Andersen, 2019).

Når vi tar en titt på disse ser vi at det er en stor jobb å gjøre i fremtiden for å få konseptet innovasjonshus til å fungere slik de ønsker. For å oppsummere kort, inspirert av verktøykassen til Andersen (2019) for god coworking ledelse, mer vi at Bright House burde fokusere på følgende faktorer:

Definere visjonen: Klar visjon med felles mål for Bright House, både langsiktige og kortsiktige. Her mener vi det er viktig at de fokuserer på behovene og at man identifiserer utfordringene kan oppstå. Det er også viktig at man forstår formålet og velger riktig forretningsmodell som passer alle aktører og leietakere. Som nevnt tidligere la vi frem at styringsgruppen er med på ulike avgjørelser på huset. Vi ser igjen at det jobbes mot noe som er felles hvor alle blir inkludert, samt være med på fremtiden planer - noe som også kan gjelde leietakerne på sikt.

Koble nettverk: Få en oversikt og forstå behovene og ståstedet til aktørene og leietakerne. Dette er noe vi ikke kommer synlig nok frem per dags dato. Fremme “vinnere” som er med om bord tidlig for å framstå som en kraftfull måte å forsterke innovasjonshuset stemme. Vi har fått et inntrykk av at suksesshistorier med bedrifter på huset blir fremmet og snakket godt om i flere sammenhenger. Eksempelvis gründere som har klart å etablere seg med sin ide og vunnet utmerkelser. Det blir også viktig å utvikle samarbeidet og partnerskapet å koblet dette opp mot det lokale nettverk og de internasjonale mulighetene.

Design muligheten: Viktig å kartlegge og bygge på de ferdighetene, ressurser og kunnskapen man har tilgang til. Vi vet at det utarbeides en oversikt som skal være til hjelp for videre kartlegging av innovasjonshuset og bedriftenes ferdigheter. Hvor man så må skape de riktige og passende samarbeidsforholdene for Bright House.

Kommuniser styrker og betydning: Kommuniser deres brede betydning for å utvikle strategiske relasjoner og politiske påvirkninger. Viktig å bygge en felles grunnmur sammen med andre ved å inkludere aktører og leietakere i huset verdier og mål.

Generelt bygge en styrke internkommunikasjonen i Bright House, eksperimenter med nye verktøy og kommunikasjonsmetoder. Gjennom samtaler med viktige aktører er de bevisste over internkommunikasjonen, og at det er et problem. De har allerede startet med å se på løsninger og tiltak for dette problemet.

Evaluere og forbedre: Det er viktig legge inn tid til å evaluere, forbedre og fokusere på den fremtidige retningen til Bright House. Ved å samle inn data fra ulike hold, og oppdage funn - er det viktig å bruke disse til forbedringer. Det er viktig å fokusere på hvilken verdi Bright House gir Gjøvik regionen, kan det være nyttig å hente inspirasjon fra ulike hold og se utenfor dems egne fire vegger.

Opprettholde og segmentere: Innovasjonshus kan segmenteres på ulike måter og lokale, nasjonale og sektor-prioriteringer vil være nøkkelen til vekst. Investeringer som er viktige for innovasjonshuset og fellesskapet. Effektive lederegenskaper er avgjørende for bærekraft og utviklingsplanlegging (Andersen, 2019).

Som vi tidligere har presentert i teorigrunnlaget påpeker Andersen (2019) at det er viktig å ha en person som anses som leder for å lede coworking altså i dette tilfelle Bright House. Betydningen av en coworking lederrolle understrekes som nøkkelen til suksess for fellesskapet og dette illustreres ved dens mange oppgaver og roller (Andersen, 2019). I dag er det ingen som har den overordnede rollen som "leder" av Bright House. Vi ser at det er en person som i dag bærer ansvaret for Bright House og i tillegg til sine egne arbeidsoppgaver. Dette strider imot Andersen (2019) sine meninger om at det burde være en overordnet leder. Vi har tanker rundt dette og forslag til hva som kan forbedres her, noe vi diskuterer nærmere i delkapittelet anbefalinger til Bright House.

Det vi kan oppsummere med gjennom denne diskusjonen er at det er et stort stykke arbeid som venter, for at dette konseptet skal bli bedre i fremtiden er det viktig at alle går sammen i "riktig retning". Som tidligere nevnt må man bevisstgjøre aktører og leietakere i hvilket miljø de deltar i, når man befinner seg samlokalisert - så samarbeider man.

Det blir viktig i fremtiden å skape aktivitet i huset og at så mange som mulig engasjerer seg for å skape et fellesskap. Individene i Bright House må bli kjent med hverandre og knytte et sosialt bånd, som igjen vil ha en positiv påvirkning på tilliten, kommunikasjonen og samarbeidet. Noe som vil gi positiv effekt på innovasjonsarbeidet og innovasjonskulturen. Dette er noe vi går nærmere inn på i delkapittel 4.2.3 *Innovasjonskultur*. Vi har nå tatt for oss sammensetningen av aktørene på huset, og diskutert konseptet co-creation og coworking. Neste steg blir derfor å se på interne forhold og kulturen innad i Bright House, for å videre kartlegge dagens situasjon og vil være til hjelp for løsning av problemstilling.

4.2.3 Innovasjonskultur

I foregående kapittel tok vi for oss konseptet coworking, videre skal vi diskutere en av de viktigste hovedfundamentet i et innovasjonshus, nemlig innovasjonskulturen. Vi skal ved hjelp av teorien diskutere funnene rundt temaet innovasjonskultur. Som vi tidligere har beskrevet i teoretiske plattform er det viktig at innovasjonskulturen er tilstedeværende, for at konseptet samlokalisering i form av et innovasjonshus skal fungere.

Vi har gjennom funn, observasjoner og data fått et godt innblikk i hvilken grad av innovasjonskultur som er tilstede på Bright House. Som nevnt tidligere i oppgaven finnes det lite litteratur rundt innovasjonskultur i kontekst med et innovasjonshus. Men vi vil benytte oss av teorien vi har beskrevet i delkapittel 2.2.3 *Innovasjonskultur*, som grunnlag for videre diskusjon.

Bright House har et ønske om å fremstå som et innovasjonshus og har hentet sin inspirasjon fra suksessfulle innovasjonshus i Oslo som blant annet MESH og Sentralen. Gjennom egen research mener vi at Bright House er det første innovasjonshuset i Innlandet som bygger på “konseptet” innovasjonshus. Det finnes lignende gründer- og innovasjonsmiljøer i Innlandet og regionen som blant annet Hub på Lillehammer, NT6 på Gjøvik og PARK som ligger på Hamar.

Vi mener for at man kan kalle Bright House for et “innovasjonshus” er det viktig at det skjer innovasjonsaktiviteter og nye ting blir til på huset. Noe Aasen & Amundsen (2011) beskriver at innovasjon handler om, nemlig noe nytt blir til enten om det er et nytt produkt eller nye måter å gjøre ting på, og at det blir tatt i bruk og får en eksistens. For at akkurat denne innovasjonsaktiviteten skal foregå er det viktig at aktører, bedriftene og menneskene som er en del av Bright House etablerer en innovasjonskultur for å kunne fremme innovasjonsarbeidet. Det å ha en fungerende kultur, blir også sett på som en av de viktigste aspektene for å lykkes med innovasjon (Aasen & Amundsen, 2011). Det er også et flertall av informantene som påpeker at det er viktig å etablere en fungerende innovasjonskultur i et innovasjonshus. For at man skal kalle seg et innovasjonshus er det viktig med tilhørende kultur og aktivitet (Aasen & Amundsen, 2011). Noe informant 10 uttrykker:

“Huset i seg selv er likegyldig, det er innovasjonskulturen som er viktig. Innovasjonshuset vil ikke være vellykket før akkurat denne kulturen er på plass.”

Noe vi gjennom en tidligere teorigjennomgang kan si oss enig med. Sander (2019) beskriver innovasjonskultur på følgende måte:

“En organisasjon som kjennetegnes av å ha et endringsorientert verdigrunnlag, normer, kutymmer, rolleforventninger og et kreativt klima som motiverer alle innovative tenkninger og atferd i et selskap som er konstant endring.” (Sander, 2019)

Etter vår mening og observasjoner ser vi på innovasjonskulturen til Bright House etter Sander (2019) sin definisjon, at den ikke er like tilstedeværende som den burde. Informant 9 uttrykker:

“Vi er gode men ikke gode nok, noen jobber bra sammen, men noen jobber mye alene. Vi prøver månedlig for å skape et felleskap, men folk stille dessverre ikke opp, etterpå blir det dårlig stemning fordi det “ikke skjer noe på huset” dette er ikke helt enkelt.”

Her må det presiseres at Bright House er et nyetablerte innovasjonshus og man ikke kan forvente at innovasjonskulturen opparbeides over natten. Noe Regjeringen (2020) også trekker frem at det er viktig å huske at innovasjonskulturen ikke kommer av seg selv. Dette er en prosess som tar tid, som må vedlikeholdes, utvikles og endres av oss individer samtidig som den virker inn på våre handlingsvalg.

Noe man også må ta i betraktning er at Bright House er etablert i en liten by, og ikke i det store urbane Oslo. Så her kan man diskutere om et innovasjonshus med samme grunn ide og konsept kanskje ikke passer inn i denne regionen? På den ene siden ser vi at muligheten og konseptet er på god vei til å etablere den kulturen de ønsker å skape. Men på den andre siden mener vi at de har satt seg for hårreisende mål. Det er vanskelig å etablere samme kultur og miljø i en liten by som Gjøvik, når inspirasjonen er store innovasjonshus i Oslo. Her er det urbane miljøet og næringslivet er helt annerledes, og allerede fremvoksende.

Tidligere nevnt har vi andre gründer-, samlokaliserings- og innovasjonsmiljøer som fungerer veldig godt. Bright House burde ta en ny vurdering på hvordan de ønsker å fremstå eller hva de ønsker å være.

Andersen (2019) presenterer i sin artikkel viktigheten med å etablere en klar visjon med klare mål, altså en bærekraftig forretningsmodell - tilpasset både omgivelsene og deltakerne. Ut ifra våre observasjoner har vi fått et inntrykk av at det ikke har blitt etablert en klar visjon med klare mål. Vi mener at dette har en stor påvirkning på samarbeide og innovasjonskulturen i innovasjonshuset. På den ene siden mener vi at visjonen og målet for innovasjonshuset burde bli diskutert og utformet i fellesskap. Med dette mener vi i samråd med aktører og styringsgruppen på Bright House på nytt. Gjennom intervjuene har vi fått et inntrykk av at flertallet av informantene reagerer på de hårreisende og uklare målene som har blitt utarbeidet, noe vi kan si oss enig i.

For at Bright House kan opparbeide seg en velfungerende i innovasjonskultur i fremtiden er det viktig å bevisstgjøre dette ovenfor leietakerne. Vi har tidligere i teorigrunnet presentert de ni faktorene til Gressgård og Hansen (2011), som kjennetegner virksomheter som lykkes med innovasjonsarbeid; *engasjement, samarbeidsorientering, stolthet, autonomi, tillit, trygghet, toleransen, åpenhet og utviklingsorientering.*

Som tidligere beskrevet klarer man aldri å fokusere på alle ni kjennetegnene samtidig, men poenget er å bevisstgjøre disse og løfte frem egenskaper som over tid kan utvikle seg (Regjeringen, 2020).

Ut ifra våre observasjoner mener vi at noen av faktorene er representert i en liten grad, men at faktorene burde ha vært enda sterkere representert. Blant annet merker vi at faktorene som engasjement, åpenhet, utviklingsorientering og samarbeidsorientering er til stede værende hos enkelte bedrifter internt, men man merker ikke disse i fellesskapet på Bright House.

Eksempelvis, det er lite engasjement av leietakere når det gjelder å delta på arrangementer. Blant annet har leietakere og bedriftene ikke vært representert på “fellesmøter” hvor alle samles rundt et bord for å snakke om aktuelle saker relatert til drift og videre fremtid av Bright House. Det skulle altså være et møte hvor alle leietakere og bedrifter fikk muligheten til å lufte sine tanker og ideer, det med felles deltakelse og inkludere alle var noe Andersen (2019) påpekte var viktig i sin artikkel om coworking.

I løpet av noen måneder ble disse møtene siden folk ikke møtte opp, noe som er et tegn på at det er lite engasjement. Man legger også merke til at det er lite tillitt og trygghet mellom bedriftene og aktørene i Bright House, noe som har en negativ påvirkning på samarbeide og deling av kunnskap. Noe følgende sitat av informant 5 uttrykker:

“Vi må bli kjent med hverandre, det er litt slik at det blir forskjell på hva som er ønskelig, vi må ikke “rakke” ned på de. “vi må bli trygge på hverandre og ikke se ned på hverandre”; invitere inn - Åpne opp og tørre å dele.”

Vi ser også at leietakerne viser en viss stolthet av å være en del av Bright House, men det må sies at ikke alle bedrifter viser til å ha en “eierskap følelsen” til innovasjonshuset. Aasen et al. (2011) oppsummerer med at tillit, åpenhet og samarbeidsorientering er fellestrekk som beskriver virksomheter som lykkes med medarbeiderdrevet innovasjon. Så istedenfor å fokusere på alle de ni faktorene nevnte ovenfor burde Bright House fokusere kun på disse tre i første omgang for å fremme innovasjonskulturen. Grunnet med at disse kjennetegner medarbeiderdrevet innovasjon i organisasjoner altså innovasjonsarbeid (Aasen et al., 2011).

For å oppsummere kort blir det viktig for Bright House å finne ut hva de ønsker å være i fremtiden og sette seg realistiske visjoner og mål for innovasjonshuset. Gjennom denne diskusjonen med bakgrunn i teori kommer det klart frem at innovasjonskultur er en viktig faktor som kjennetegner et velfungerende innovasjonshus, hvor innovasjoner skjer (Aasen & Amundsen, 2011). Forbedringer og tiltak vi mener kan gjøre her, blir presentert i delkapittel anbefalinger til Bright House.

Nå har vi tatt for oss interne forholdene på Bright House, er neste steg å se på det eksterne. Under det eksterne vil satsingen på innovasjonshuset, lokaliseringen på Mustad, virkemiddelapparatet og Bright House sin rolle i innovasjonssystemet bli diskutert.

4.3 Eksternt

I dette delkapittelet blir det presentert funn og diskusjon rundt temaene satsing på innovasjonshuset, dagens innovasjonssystemer og spenninger i virkemiddelapparatet. Det første vi vil gå gjennom er satsingen på innovasjonshuset, og bruke dette videre i hvorfor huset faktisk ble etablert. Videre blir det diskutert lokaliseringen på Mustad næringspark, før vi går inn på innovasjonssystemet og spenninger i virkemiddelapparatet.

4.3.1 Satsing og behovet for et innovasjonshus i regionen

For å skape et oversiktlig bilde av innovasjonshuset Bright House, og for å se på engasjementet - velger vi å se på satsningen av huset før det ble etablert. Våre tanker er at det vil hjelpe oss mot en helhetlig forståelse av innovasjonshuset.

Dette vil gi oss et innsyn i hvilke rolle innovasjonshuset har i dag og vil være et hjelpemiddel for å kunne besvare oppgavens problemstilling. Et av spørsmålene gikk dermed ut på hvorfor det var viktig med et innovasjonshus på Gjøvik. Gjennom intervjuene og observasjoner har vi fått et godt overblikk som vil være grunnlaget for videre diskusjon. Et av målsetningene til Gjøvik Regionen er å få et tettere samarbeid rundt næringsutviklingen i regionen mellom kommunen for å øke vekst og skape nye arbeidsplasser (Gjøvik, Østre-Toten, Vestre-Toten, Nordre Land og Søndre Land). Dette kan ses i sammenheng med definisjonene på hvorfor det er viktig med samarbeid på tvers og jobbe mot et felles mål eller ønske, jmf. definisjoner innovasjonshus, samlokalisering, coworking og regionalt innovasjonssystem (Andersen, 2019; Uda, 2013; Leforestier, 2009; Nesse, 2017).

Det kommer tydelig frem blant informantene at det ikke fantes en fysisk arena for næringslivet hvor akkurat dette samarbeide skulle finne sted, og at det er mangel på et sted hvor nye ideer skapes og hvor folk møtes. Noe informant 3 uttrykker:

“Jeg mener at alt var på plass, men selve “huset” manglet på Gjøvik for å knytte aktørene sammen. Det er viktig å skape en arena hvor kompetansen og folk samler seg.”

Selv om det allerede er etablert en stor kompetanse og utviklingsmiljø i regionen med blant annet katapulten på Toten, næringshagen på Dokka, næringsparken på Raufoss og næringsklyngene i regionen o.l. Næringsutviklings miljøer som allerede eksisterer i regionen, har et annet fokusområde som industri og teknologisk utvikling. Ut ifra egen forskning mener vi at Bright House kommer til å ta en annen viktig rolle i regionen noe vi vil diskutere nærmere senere. Vi har fått et inntrykk av at innovasjonshus på Mustad Næringspark ikke kom til å være en konkurranse for noen, noe informanter gir uttrykk for.

Når ideen om et “innovasjonshus” på Gjøvik kom på bordet var det veldig stor interesse fra både private aktører og ikke minst politikerne var veldig engasjerte i planene. Som gjorde det enkelt for enkeltpersoner å satse ressurser på prosjektet.

Noe følgende sitat av informant 4 underbygger:

“Det er viktig å satse på prosjekter hvor den profesjonelle støtten er på plass og et samlingssted der tverrfaglig kunnskap møtes”.

Noe som kommer veldig tydelig frem er at alle informantene var positivt innstilt til et innovasjonshus på Gjøvik. Da regionen i seg selv allerede hadde et godt rykte på seg når det gjelder innenfor teknologi og industri utviklingen. Det sies også at det ikke finnes et godt nok tilbud for de som trenger støtte innenfor innovasjon og utvikling. En av informantene 5 påpeker et viktig poeng:

“det viktig at det ikke bare etableres et hus hvor virksomheter er leietaker, men at det blir et hus hvor det er “liv og røre døgnet rundt” og hvor bedriftene står sterkere av å være en del av et innovasjonsmiljø. Bright House skal ta rollen som skal tilby det er miljø og et sted der man kan dyrke ideen. Samtidig komme i kontakt med relevante personer og det er en viktig oppgave å “fange opp disse sjelene” som sitter inne med en ide” påpeker informant 5.

Vi ser at det var viktig for informantene og aktørene å satse på Bright House for å knytte næringslivet tettere sammen. Ved å samle aktører og kommunen sammen på et sted. Få et samlingssted hvor folk kan være og hvor det skjer ting innenfor innovasjon og vekst (Bergum & Ørbeck, 2006). Ikke minst å få virkemiddelapparatet på plass til eksisterende bedrifter og gründere eller bare de sjelene som sitter inne med en god idé.

Å få et velfungerende virkemiddelapparat på plass i regionen er også viktig for informantene i fremtiden. Vi ser at engasjementet rundt prosjektet har vært veldig stor i starten, men etter at huset ble etablert har vi en følelse av at dette engasjementet hos noen av virkemiddelapparatet og aktører har dabbet litt av. Det er viktig å opprettholde et kontinuerlig engasjement rundt innovasjonshuset. Selv om huset i seg selv er ferdigstilt og det har kommet inn leietakere er ikke all jobben “gjort”. Det er mye jobb som må gjøres i fremtiden, det igjen krever at alle aktører og ikke minst virkemiddelapparat er på plass og støtter opp mot Bright House for å kunne realisere det de ønsker.

Informant 9, oppsummerer godt i sitt sitat hvorfor innovasjonshuset Bright House er viktig å satse på:

“Det har vært et stort behov for en møteplass hvor folk kan møtes. Vi har lenge vært spredt og burde kommet tettere sammen, det er viktig å samle innovasjonsaktøren og kompetansen på et sted. Det er viktig å ha virkemiddelapparatet på et sted hvor Bright House skal være “en dør inn” her skal kompetansen ligge for de som har behov for hjelp”.

Noe som kommer tydelig frem er at kompetansen er en viktig faktor og at det å ha kompetansen til stede og i nærheten av Bright House. Gjennom observasjoner fant vi ut at NTNU er en viktig samarbeidspartner når det gjelder det å “tilføye” kompetansen til innovasjonshuset. Samt ønske om å knytte næringslivet tettere på studenter. Men det skal sies at kompetanse i dette tilfelle kommer fra flere kilder og aktører. Det ble tidligere gjort en studie av kompetanse hvor man kartla kompetansen i Gjøvik regionen og at den er stor, en for eksempel andre steder i landet, sier informant 9. Som tidligere belyst i teorigrunlaget er kunnskap en viktig faktor for at innovasjon skal skje (Bergum & Ørbeck, 2006). Noe som gjenspeiler seg i litteraturen kunnskapsbaser.

Martin (2013) belyser i sin litteratur at kunnskap er viktig for innovasjonsaktiviteten. Vi ser dermed på kunnskap som er viktig faktor for å innovere og lykkes med innovasjon (Martin, 2013). Når det gjelder å tilføre kompetanse til Bright House og næringslivet i regionen, er NTNU er viktig samarbeidspartner.

En av informantene mener at kompetansemiljøet i næringsparken stiller sterkt og at det er viktig å få disse til å samarbeide, derfor var det logisk å lokalisere innovasjonshuset på Mustad Næringspark, noe informant 1 presiserer her:

“Forskjell med oss og andre næringsparker er at vi har kompetansemiljøet i bunn, på dette bygget vi ideen videre.”

Informant 2 uttrykker:

“Nærheten til NTNU er avgjørende det kunne gjerne ha vært enda tettere, men det er så tett man kommer. Samtidig som det er en stadig utvikling mot næringsparken, så nærheten til NTNU er jo grunnen til at det er der i hele tatt - hvis ikke hadde det vært i sentrum.”

Kobling mellom universitet og næringslivet er viktig noe alle informantene uttrykker, men de legger til at koblingen mellom NTNU og Bright House burde bli enda sterkere. Det er viktig i fremtiden å få en enda sterkere kobling mellom NTNU og Bright House - NTNU må tar sin rolle og “plass” i innovasjonshuset. Men det sies også at det må bli mere tilrettelagt for studentene. Noen av informanter uttrykker at de i fremtiden ønsker et miljø hvor studentene “bare stikker innom en tur” hvor de kan dyrke ideer og samtidig komme i kontakt med relevante personer.

Nå som vi har diskutert satsing og behovet for innovasjonshuset, skal vi videre dykke dypere inn i følgende tema; dagens innovasjonssystem og spenninger mellom virkemiddelapparatet.

4.3.2 Dagens innovasjonssystem

I denne delen skal vi gå gjennom dagens innovasjonssystem og funn vi har fra datainnsamlingen rundt dette temaet. Dette vil bli diskutert og linket opp mot teorien som ble presentert i kapittel 2.3.1 *Innovasjonssystem*. Fra den strategiske planen til Bright House er et av målene var å etablere og bli en del av et sømløst innovasjonssystem. Vi ble nysgjerrige på hva som lå i dette målet, og valgte dermed å formulere spørsmål rundt dette i vår intervjuguide (se vedlegg 1).

Selv om flere viser seg å være enige og gi uttrykk for det samme når de gjelder dagens innovasjonssystem, viser det seg at det er ulik forståelse over hva et innovasjonssystem egentlig er. Vi ser på dette funnet som et av våre hovedfunn.

Vi ser på spørsmålene rundt fungerende innovasjonssystem, og hvordan de kan etablere et “sømløst innovasjonssystem” - gir mange gode svar om hva de kan gjøre og hvordan for å oppnå disse “målene”. Ved siden av ulike besvarelser fra informantene om målene vi ser at fellestrekkene fra flere er:

Koble riktige aktører – det er forskjellige meninger om det er store eller små bedrifter, noe vil ha inn store aktører – mens andre vil ha inn små aktører. Samtidig påpeker informant 3 noe som er interessant “hvem er egentlig de riktige og viktige aktørene?”

Aktivitetsnivået – det er viktig at aktiviteter gjennomføres jevnlig og at det “skapes mye liv og røre” (Informant 3). Flere informanter mener de har vært gode på aktivitetsnivået fra starten av, og mener at dette skal de fortsette med for å bli bedre.

Se på bedriftene som er inne i huset – viktig å se på bedriftene som er i huset og hjelpe de på best mulig måte for at de skal lykkes. Skape en gjennomstrømming med bedrifter, de som lykkes og vokser kan flytte ut – og nye inn. Informant 2 presiserer også; “*lykkes egentlig bedriftene som er inne på huset nå, eller bare sitter de der? viktig å skape en gjennomtrekk av bedrifter for å øke attraktiviteten på huset.*”

Kompetanse – BH skal være en plass der kompetansen befinner seg, og deretter jobbe for å øke kompetansen. Her skal man kunne komme hvis man trenger hjelp og uformelle prater der det skal være rom for kompetanse- og kunnskapsdeling.

Dette er kommentarer som går igjen i flere av intervjuene, men det som skiller seg ut og som vi synes er et interessant funn er at det er forskjellige meninger om hva et innovasjonssystem er. På grunn av ulike besvarelser under spørsmålene “skurret” det litt i hva informantene fortalte oss om innovasjonssystem, og fulgte dermed opp spørsmålet hva de mente var et innovasjonssystem. For å nevne noen;

Informant 5: *“ja, hva ligger egentlig i et innovasjonssystem og hva vil det si at det er sømløst? (ler litt) Hvis jeg skal si hva jeg tror det er, så må det jo handle om nettverket og det å skape attraktive møteplasser – men dette er bare hva jeg tror og kan se for meg at det er.”*

Informant 8: *“vi har tegnet opp et system, og har faktisk et system over de ulike “fasene” som skal til ved å komme inn døren her.”*

Informant 9: *“Når du kommer inn her, skal det være døra inn. Vi skal være en koblingsboks og når du kommer hit så skal du få svaret, vi skal ha et system og plan på hvor du skal henvise deg videre. Trenger du hjelp med dette, så går du dit, når du er ferdig med det, går du dit etc.”*

Informant 6: *“Viktig med god veiledning og at vi har utviklingsaktører på huset – for eksempel: jeg trenger hjelp med en patent, hvor skal jeg gå for å henvende meg?”*

Underveis i intervjuene ser vi allerede at det er klare forskjeller og uenigheter på hva de mener et innovasjonssystem er, som man ser fra sitater ovenfor fremstiller de innovasjonssystem som er prosess. Det kan også tyde på at de ikke skjønner hvem virkemiddelapparatet er, eller at dem er en del av innovasjonssystemet til Bright House. De aktørene vi mener er en del av det regionale innovasjonssystemet med tanke på Bright House er følgende: 5 kommunen, fylkeskommunen, samarbeidspartnere og virkemiddelapparatet.

Jmf. kapittel 2.3.1 *Innovasjonssystemer* la vi frem Edquist (2005) sin tolkning av innovasjonssystemer: hovedtemaet med innovasjonssystem er å forfølge en innovasjonsprosess, som vil si å utvikle innovasjonen, spre innovasjonen og bruke innovasjonen. Hovedkomponentene for å danne et innovasjonssystem er enten gjennom noder eller relasjoner, men i korte trekk kan vi konkludere med at innovasjonssystemer er ulike aktører samlet og sammen bidrar/jobber for å oppnå innovasjon (Edquist, 2005). Hauge et al. (2009) belyser at nøkkelen er vekst og økt verdiskaping som skjer gjennom samspill av aktører, og systemet de er en del av.

Edquist (2005) presenterer “.. at et av hovedtemaet er å forfølge en innovasjonsprosess “- så på den ene siden kan vi si at de har rett ved å lage et system. Mens på den andre siden så er det upresist å kalle det et innovasjonssystem. Hvis Bright House skal sette opp en såkalt gründer/entreprenør “veiledningsprosess” på huset som de beskriver, så blir denne prosessen en “guide” på bedriftene inn på huset - og ikke systemet som det egentlig er. Nesse (2017) presenterer at RIS er regionale interaksjoner som har som formål om å fremme aktivitet knyttet til innovasjon. Grunnen til at vi kategoriserer Bright House under RIS, er fordi representanter fra offentlige og forskningsmiljøer. Dette er noe Nesse (2017) kaller for trippel helix.

Når det kommer til målet i seg selv og hva de ulike informantene oppfatter Bright House nå rundt sømløst innovasjonssystemet nevner de:

Informant 4: “Ambisiøst mål, for ambisiøs mener jeg. De skal ikke redde verden eller løse verdensproblemer, men at de har bidratt til noe i innovasjonssystemet veit jeg.”

Informant 3: “Jeg føler at de bidrar til vekst, ved å skape denne arenaen som Bright House har blitt. De er aktive pådrivere for å skape aktiviteter, jobber tett med næringslivet.”

Informant 2: “En rolle som en frontfigur for innovasjonsaktiviteter er viktig, den rolle mener jeg at Bright House bør ta. Passer seg for å ikke overdrive med at alt skal skje der og “huset for husets skyld”, men at det blir en fin flyt.”

Våre tanker og funn viser at over halvparten ikke vet konkret hva et innovasjonssystem er, eller har ulike oppfatninger på hva et slikt system egentlig er. Vi ser at blant annet tre av disse er informanter er “høyt” oppe i Bright House systemet. Slik vi tolker det mener de som ikke helt vet hva et innovasjonssystem er, at det er en innovasjonsprosess eller et “løp” på hvordan man skal komme seg fra A til Å inne på huset. Dette er noe vi vil kategorisere som “spenninger”.

Våre tolkninger tyder på at det er uenigheter på hva et innovasjonssystem er, og dette er innad i virkemiddelapparatet. Ovenfor startet vi innledningsvis innovasjonssystemer med å presentere det som en “ ordning for den teknologiske og økonomiske utviklingen, alle har en ordning som viser hvordan bedrifter ledes, organiseres, forholder seg til regler, HMS, regnskap o.l. Samarbeid og interaksjoner mellom aktører i et system kan også fremme eller hemme hverandre”. Hvis vi ser helhetlig tilbake til dette kapitlet kan vi samlet konkludere med at innovasjonssystemer er ulike aktører (private og offentlige bedrifter/organisasjoner) som er samlet og sammen bidrar/jobber for å oppnå innovasjon - for å skape økt verdiskapning og vekst (Edquist, 2005; Hauge et al., 2009; Rønningen, 2012).

Vi ser på den andre siden at de prøver å jobbe mot noe felles, men at det er uenigheter på hvordan og hvem. Dette kan ses i sammenheng med at ikke alle skjønner hva det innebærer å være i et innovasjonssystem, eller hvordan de selv skal bidra. Det er på mange måter vanskelig å peke ut “her ligger problemet”, men samtidig ser vi behovet for at alle parter (både i virkemiddelapparatet og enkelte leietakere) trenger klare mål og at alle skjønner hva de ulike målene betyr (spesielt hva Bright House ligger i et innovasjonssystem). Vi kan på mange måte skjønne at det er uenigheter og at det ender med ulik deltagelse - når det er så forskjellige oppfatninger og meninger.

4.3.2.1 Spenninger virkemiddelapparat

Et annet funn vi har lyst til å belyse er spenninger mellom Bright House og deler av virkemiddelapparatet. Virkemiddelapparatet er de vi kategoriserer som aktører utenfor Bright House, som har en tilknytning til huset. Vi har observert og underveis i intervjuene funnet at blant annet to av aktørene i virkemiddelapparat ikke er helt slik det skal. Vi ser det er ulike spenninger mellom aktørene. Ifølge planen skal egentlig to av disse aktørene ha kontorplasser på Bright House, og representere sin "bedrift". På den ene siden kan det være mange faktorer som spiller inn ved at de ikke allerede er på huset. Mens på den andre siden ser vi ikke årsaken med hvorfor de ikke allerede er her. Samarbeidet med disse aktørene startet tidlig, og aktørene skal være der for å skape kunnskapsdeling og spredning på tvers av de ulike aktørene - men også samarbeide (Martin, 2013).

Vi stiller oss derfor spørsmålet om hvorfor det ikke er slik det egentlig burde være, når virkemiddelapparatet hadde samme formålet med huset. Som presentert ovenfor la vi frem hva Edquist (2005) presenterer i sin litteratur, at aktører er samlet og jobber sammen for å bidra eller oppnå innovasjon. Sammen med definisjonen til Nesse (2017) jmf. kapittel 2.3.1 *Innovasjonssystem* - tolker vi at de ikke utnytter og bruker hverandre på riktig måte slik teorien tilsier. Vi ser at det er et "slags" samarbeid mellom aktørene, her ser vi behov for endringer og forbedringer.

Underveis i intervjuet uttrykker en av aktøren at "de mest sannsynlig ikke kommer til å stille med en/flere representanter som har kontorplass på Bright House". og presisere videre: informant 7. *"Vi har ikke noe planer i fremtiden som involverer Bright House så mye. Vi har dialog med en av aktørene på huset, og rådgiver de ved behov - men ikke noe mer enn dette"*. Slik vi forstår det underveis i intervjuet og når vi spør informanten om de noen gang kommer til å ha kontorplass på Bright House, sier informanten "nei".

Det som videre da er interessant, er at informanter representert fra Bright House forteller i sine intervju at denne aktøren burde komme mer inn på banen og få egne kontorer på huset. Slik vi tolker det da, er at informantene på Bright House ikke vet om dette - eller i det hele tatt har fått informasjon om at denne aktøren har en helt annen oppfatning.

Vi ser det er ulike spenninger her, både fra aktørene i virkemiddelapparatet og fra Bright House sin side. Våre tolkninger at de ikke spiller på lag med hverandre, og jobber på en måte “mot” hverandre - samtidig som de ikke skjønner helt hva de skal gjøre. Dette er noe vi får inntrykk av fra en annen aktør også. Hva de skal bidra med eller hvordan de skal forholde seg til sine oppgaver. Vi har også vært i kontakt med en av informantene som er leietaker og kun er interessert i denne bedriftens egen suksess. På den ene siden har vi forståelse for hva informanten uttrykker, mens på den andre siden så skjønner vi ikke helt hvorfor denne bedrift skal være en del av huset - hvis dem ikke jobber mot noe felles mål.

Underveis i alle intervjuene vi har utført er det flere av informantene som påpeker at de kunne ønske at disse to aktørene kom inn på Bright House, enn hva de er per dags dato.

Jmf. kapittel 2.3.1 *Innovasjonssystemer* ble det også presentert to delsystemer i litteraturen til Isaksen og Asheim (2008). De to systemene var *kunnskapsutnyttende, og kunnskapsutviklende/kunnskapsspredende* - sammenlignet med litteraturen og våre meninger er at Bright House er en kombinasjon av disse delsystemene. Og dette er på grunn av de ulike aktørene som er samlokalisert og i samarbeid med Bright House (regionens bedrifter, offentlige og private næringer/bedrifter/organisasjoner). Litteraturen sier at det skal være en positiv virkning på innovasjonsaktiviteten hvis det er en flyt av kunnskap mellom disse systemene (Isaksen & Asheim, 2008).

Som nevnt tidligere ser vi at det er en form for samarbeid, og at muligheten er til stede - men at det ikke er gunstig slik det er. Vi som er to friske studenter som har all slags teori friskt i minnet kan se hvor det er behov for forbedringer og kan komme med forslag, men dette er noe som må testes over tid og alle parter må stille likt. Kanskje det er nettopp er disse uenighetene og spenningene som igjen legger en demper på hva “så si alle informantene” beskriver om hva som kan gjøres for å etablere et velfungerende innovasjonshus? Siden det er så ulik deltagelse på både aktiviteter og initiativ til å være med på noe felles, at de ikke helt skjønner sin rolle i huset.

På den andre siden kan dette ses sammen med felles forventninger, både fra aktøren og Bright House. Med dette mener vi hva forventes det av aktøren, hva og hvordan kan de bidra i systemet.

Virkemiddelapparatet er som nevnt en del av innovasjonssystemet til Bright House. Dette apparatet er et hjelpemiddel som skal være til hjelp for å fremme innovasjonsarbeid og innovasjon. Vi kan se på virkemiddelapparatet sin rolle som kobler ny kunnskap (knowledge exploration) og det å bruke kunnskap (knowledge exploitation). Ny kunnskap eller finne kunnskap (exploration) kan for eksempel være utdanningsinstitusjonen eller forskningsinstitusjoner, og exploration er de som bruker kunnskapen. Virkemiddelapparatet sin oppgave er dermed å koble disse to sammen, hva er kunnskapen og hvordan skal bruke den.

Nå har vi diskutert og gått gjennom funn rundt konseptet innovasjonshus, interne og eksterne forhold. I neste delkapittel skal vi gå gjennom funn fra Workshop, og forklare hvorfor vi valgte å gjennomføre denne.

4.4 Workshop funn

I dette delkapittelet skal vi se på funn fra workshopen og kort diskutere disse. Vi ser en del fellestrekk i funnene fra informant-intervjuene og workshopen, og føler at vi kan “bekrefte” funnene fra informant-intervjuene med workshopen. Dette kapittelet blir dermed kun presentasjon av funn vi ikke har diskutert tidligere.

Gjennom workshopen fikk vi se gode diskusjoner mellom deltakerne og det kommer tydelig frem at deltakerne er enig med hverandre når det gjelder følgende punkter; “Hvilke ambisjoner og ønsker de har med Bright House, og hva som skal til for at Bright House skal fungere i fremtiden.”

Grunnen til at vi valgte å gjennomføre denne aktiviteten var også å se på samholdet mellom deltakerne, samtidig se på engasjementet når de jobber i fellesskap. Noe som kommer enda tydeligere frem i workshopen er ønsket om å være en koblingsboks (mellom studenter og næringsliv) og at her er det rom for forbedringer. Med dette mener vi en “koblingsboks” for studenter med tanke på nettverksbygging og at man kan dra nytte av studentens kompetanse. Huset som en koblingsboks skal også være med å styrke samarbeide mellom kommuner, næringsliv og studenter Vi kan se dette i sammenheng med Bright House sin rolle i innovasjonssystemet i Gjøvikregionen (Hauge et al., 2009; Nesse, 2017). Ønsket om å også bli en næringspådriver kan også ses i sammenheng med rollen til Bright House i fremtiden. Som næringspådriver mener de ønskene og målet de har satt til Bright House, de å skape arbeidsplasser, vekst i regionen, være en koblingsboks og arena, for her samles kompetanse og kunnskapen.

Vi ser og opplever at når alle sitter sammen og diskuterer, er alle engasjerte og sammen kommer frem til ønskede mål med huset - men at planene blir fort for ambisiøse og ikke gjennomføres. Som nevnt tidligere er det ønske om en levende og naturlig møteplass for hele regionen, det skal være kult å reise hit og folk kommer hit for å oppsøke hjelp. Deltakerne uttrykker en viktig faktor som også er belyst i litteraturene; “det er viktig å skape en kultur i huset hvor innovasjons skal stå i fokus for å kunne lykkes med innovasjonsarbeidet” (Aasen & Amundsen, 2011).

Noe følgende sitat uttrykker:

“Bright House skal bli kjent som “Norges mest kjente innen innovasjon/star -up miljøer innen informasjonssikkerhet, men også langt fremme innen helse/velferdsteknologi og BIO og annen teknologisk utvikling.”

En av punktene som flere sier seg enig i er at Bright House må bli synliggjort med tanke på kompetansen som sitter i huset og hva innovasjonshuset egentlig er. Det sies også at Bright House må finne et satsningsområde for å så vekke nasjonal oppmerksomhet. De må blant annet også synliggjøre resultatene som Bright House bidrar til - suksessen må deles med andre.

I fremtiden må det jobbes med å “hoste” flere prosjekter, arrangementer og foredragsholdere som vekker interessen og engasjementet. Noe som igjen skal ha en påvirkning på at flere aktører og investorer for øynene opp for Bright House, som igjen skal ha en påvirkning på at det er flere aktører som vil inn i innovasjonshuset og at det kommer investorer inn på banen. Det blir blant annet også sagt mye rundt det å etablere en innovasjonskultur hvor det er lav terskel for deling og samarbeid på tvers. Dette kan være blant annet av i form for ressurser og kompetanse - hovedmålet for regionen burde være å samle de ovenfor nevnte faktorene. Noe som også er essensielt for at Bright House skal fungerer i fremtiden er å få et bedre og godt samarbeid internt og eksternt på huset. Som en av informantene skriver “Man må bygge et engasjement og eierskap følelse for Bright House blant leietakerne”.

5.0 Avsluttende refleksjon

I denne casestudien har vi sett nærmere på det nyetablerte innovasjonshuset Bright House på Gjøvik. Utgangspunktet for denne casestudien har vært følgende problemstilling;

På hvilken måte fungerer Bright House som et innovasjonshus for leietakerne?

Hva kan de gjøre for å styrke sin rolle som innovasjonshus?

Hvilken rolle har Bright house i Gjøvikregionens regionale innovasjonssystem?

For å gi et svar på problemstillingen, kommer denne delen til å preges av en besvarelse om dagens Bright House, og hvilken rolle Bright House har i Gjøvikregionens regionale innovasjonssystem. Hva de kan gjøre for å styrke og forbedre sin rolle som et innovasjonshus, vil bli nærmere presentert jmf. kapittel 5.2 *Anbefalinger for Bright House*.

Ved hjelp av den teoretiske gjennomgangen og metodisk innsamling av data, har vi på bakgrunn av dette, diskutert og drøftet funn, som ble presentert i foregående kapittel. Vi ønsker i denne delen å konkludere, gi et kort - men også et så godt svar på problemstillingen som mulig.

5.1 Konklusjon

Når det gjelder første problemstilling og konseptet innovasjonshus, ser vi på konseptet Bright House som et vel etablert innovasjonshuset på Gjøvik og som fungerende per dags dato. I huset har det på kort tid etablert seg en rekke aktører og leietakere som har dannet et godt grunnlag for videre fremtid. I løpet av det første året har aktivitetsnivået vært tilstrekkelig, og mye høyere en det mange hadde forventet. Vi kan på mange måter si at huset i sin helhet fungerer etter sin hensikt, men at det er rom for forbedringer og endringer for å få konseptet innovasjonshus til å fungere bedre. Som vi har nevnt i foregående kapittel, har de mange muligheter når det gjelder samlokalisering, samarbeid, utvikling, innovasjonsarbeid og spredning av kunnskap. At mulighetene ligger til rette, men ikke brukes. For eksempel, det som ble presentert og diskutert rundt innovasjonshuset, og effekten av å være samlokalisert.

Mange ønsker at konseptet skal fungere, da flere ser behovet og etterspørselen etter et slikt samlokaliserings konsept i regionen. Konseptet skal fremme innovasjon, støtte næringsutviklingen og kunnskapsdelingen i regionen. Videre ser man også behovet for å koble studentene enda nærmere på næringslivet, hvor innovasjonshuset skal fungere som et slag “koblingsboks”. Vi mener generelt at Bright House skal være koblingsboksen for innovasjon i regionen, “hit reiser du hvis du trenger hjelp eller bli inspirert”.

Når det gjelder utformingen av huset har vi fått et inntrykk av at de fleste synes at huset i seg selv fungerer godt, men at det ikke fremstår som optimalt. Som nevnt ovenfor mangler det litt av de fysiske omgivelsene, som flere mener hemmer de sosiale interaksjonene. Gjennom egen forskning og observasjoner har vi fått et inntrykk i at utformingen av huset mangler det “lille ekstra” for å bli inspirert til kreativt arbeid. Anbefalinger av utformingen blir presentert i neste delkapittel 5.2 *Anbefalinger for Bright House*.

Som vi tidligere har belyst i kapittel 4.3.2 *Dagens innovasjonssystem*, ble det presentert ukklarheter rundt hva aktører, virkemiddelapparatet og leietakere definerer som et innovasjonssystem. Vi mener at Bright House per dags dato ikke har tatt sin rolle i det regionale innovasjonssystemet. Grunnen til dette kan være de ulike spenningene som ble beskrevet ovenfor, mellom virkemiddelapparatet og ukklarheter rundt hvilken rolle Bright House skal ha. Vi kan se at disse spenningene gir videre virkning på hvordan de selv bidrar og hva de skal bidra med i systemet. Dette gir ringvirkning på samarbeidet og gir usikkerhet, samt at systemet og samarbeidet ikke blir optimalt utnyttet.

Overordnet kan vi konkludere med at Bright House og virkemiddelapparatet burde i fellesskap lage en oversikt over innovasjonssystemet i Gjøvikregionen. Per dags dato er alle parter “inkludert”, men for at systemet skal fungere og komme til nytte for hverandre - må alle være klare over sin rolle. Dette gir klarhet på hva de enkelte aktørene i systemet skal bidra med, og for å unngå ukklarheter og arbeid mot felles mål. Vi kan dermed si at det er vanskelig å si nøyaktig hvilke rolle Bright House har, men at de prøver å være en koblingsboks og et samlingssted for innovasjonsaktiviteten i regionen. De ønsker også å samle kompetansen på ett sted og være tilgjengelig for de som har behov for det.

Ved å få en klarhet på systemet, gir det videre virkning på samlokalisering konseptet - da de utnytter hverandres kunnskap, kompetanse og samarbeid på tvers når de har bedre kjennskap til hverandre. Videre skal vi komme med anbefalinger til Bright House og hvordan de kan styrke sin rolle som innovasjonshus. Neste delkapittel vil vi ta for oss andre delen av casets problemstilling - “*Hva kan de gjøre for å styrke sin rolle som innovasjonshus?*”

5.2 Anbefalinger for Bright House

I denne delen av oppgaven kommer vi med anbefalinger som baserer seg på vår forskning og er forankret i litteraturen. Her må det presiseres at alle anbefalinger i dette kapittelet er basert på våre tolkninger, og hva vi mener er Bright House sitt forbedringspotensial.

Utforming av huset - Som tidligere beskrevet ser vi at huset i seg selv fungerer, men det er klart å se at det er rom for forbedringer med tanke på utformingen av innovasjonshuset. Vi anbefaler og ser et behov for endringer i det fysiske miljøet for å styrke den sosiale interaksjonen. Her mener vi som for eksempel flere minglerom og flere soner i fellesarealet (kantina). I dette legger vi innbydende og hyggelige soner, for eksempel runde bord og sofaer for å “slenge seg nedpå” å ta en uformell prat. Vi mener at det mangler litt “varme”, da vi syns bygget er rustikt og sterilt.

Med “varme” mener vi gi huset et løft, i form av litt farger for å gjøre rommene mer inspirerende. Mange av informantene og vi påpeker at Bright House kan være litt “usynlig” og det kan være kronglete å finne frem. Dermed anbefaler vi at huset blir mer synliggjort ved hjelp av bedre profilering av huset og pil beskrivelser i form av skilter (fra parkering eller fra vakta). For å skape mer liv og røre i kantinen utover hele dagen anbefaler vi å utvide åpningstiden til kantina/kaffen. Her kan det bli/være en form for servering utover dagen, som gjør stedet mer attraktivt og vil igjen øke gjennomstrømningen av mennesker i huset.

Co-creation - Våre meninger er at det burde utnevnes en fasilitatorrolle. Lederen skal ha som arbeidsoppgave den daglige driften av Bright House som å koordinere coworking, bygge innovasjonskultur, markedsføring og organisering av arrangementer. I dag er det Gjøvikregionen utvikling med sine ansatte som har tatt på seg denne rollen, ved siden av sine vanlige arbeidsoppgaver. Vi ser det er behov for at en har denne rollen, som kun har Bright House som hovedoppgave og hovedfokus.

Co-creation og coworking handler om et felleskap hvor alle jobber på tvers og skaper noe sammen. Vi mener at de i fremtiden burde fokuseres mer på samarbeid og samhold.

Leietakere og menneskene som er en del av Bright House må bli bedre kjent og skape tillit til hverandre. Generelt har vi fått et inntrykk av at det må jobbes mer med internkommunikasjonen i huset. Vi foreslår å etablere en nettplattform hvor folk i huset kan dele informasjon og kommunisere med hverandre. Her kan informasjon om arrangementer, felles lunsjer og andre nyheter som er relevant for huset. For å skape en bedre kommunikasjon og samhold i huset foreslår vi at det jevnlig avholdes fellesmøter hvor hver bedrift/leietaker er representert. Vi har også fått et inntrykk av at folk savner sosiale happenings i form av felles lunsj og andre sosiale arrangementer, og at dette skal foregå på en faste dager. For eksempel siste fredagen i måneden, da er det felles lunsj i kantinen.

Bygge innovasjonskultur - For at Bright House kan “kalle” seg for et innovasjonshus, er det grunnleggende at det er en form for innovasjonskultur og at det drives innovasjon. Gjennom vår forskningsprosess har vi erfart at det er rom for forbedringer med når det gjelder innovasjonskultur internt i huset. Jmf. kapittel 2.2.3 *Innovasjonskultur* ble det presentert Gressgård og Hansen (2011) sine 9 faktor på hva som må til for å lykkes med innovasjonsarbeid; *Engasjement, samarbeidsorientering, stolthet, autonomi, tillit, trygghet, toleransen, åpenhet og utviklingsorientering*. Vi mener at Bright House burde hente inspirasjon og jobbe mot disse punktene for å skape en bedre innovasjonskultur i huset. Her må det presiseres at vi mener at forutsetningene er til stede for at man kan opparbeide seg en velfungerende innovasjonskultur. Men dette er noe som må jobbes med over tid og vi ser at det er behov for forbedringer. Det er også viktig at alle aktører og bedrifter er bevisste på å etablere en fungerende innovasjonskultur, noe som krever mye av hvert eneste individ for at dette skal være oppnåelig.

Finansiering og investorer - Grunnet med at Bright House skal være et sted for gründere og entreprenører, savner vi rådgiving av en lokal bank. Her kan det bli rådgivning (budsjettering, finansiering, lån) på hva som trengs for gründere eller oppstartsbedrifter. Vi mener at det hadde vært hensiktsmessig å få investorer eller større bedrifter med på bane. Som kan være med å støtte opp med ressurser som både Bright House og oppstartsbedrifter vil dra nytte av.

Næringshageprogrammet - Vi ser det er flere innovasjonshus, næringshager og hub-er som er medlem av Siva og deres næringshageprogram. Programmet innebærer at man får tilgang til: utdanningsprogram, kurs, nettverksarenaer, metodikk, maler og beste praksis for forretningsutvikling og kommersialisering. Og vi mener at Bright House kan hente inspirasjon og skape et lignende tilbud på Bright House for alle på huset og i regionen. For eksempel, en gang i måneden holdes det kurs om “forretningsutvikling” eller “markedsføring”.

Visjon og mål - Tidligere i oppgaven har vi påpekt at det er uklarheter rundt visjon og mål til Bright House. De eksisterende mål og visjoner er vage, uklare og ambisiøse. Vi ser dermed behov for å revidere disse, å at styringsgruppa (en representant fra hver bedrift) setter seg ned i felleskap for å utarbeide klare og realistiske mål for Bright House. Dette ser vi også kan ha positiv virkning på samholdet internt, da alle parter blir inkludert i avgjørelser for huset. Vi ser at dette kan også gjelde andre planer om huset i fremtiden.

5.3 Forslag til videre forskning

Begrepet “innovasjonshus” og “konseptet innovasjonshus” har fått mye oppmerksomhet i casestudien. Hvor vi blant annet har belyst forskningsspørsmål som; hvordan fungerer Bright House som et innovasjonshus i dag og hva kan de gjøre for å styre sin rolle som innovasjonshus? Etter seks måneders intensivt arbeid med casestudien, ser vi at det generelt er lite forskning rundt konseptet innovasjonshus. Begrepet innovasjonshus er ikke mye brukt i litteraturen, grunnet til dette kan være at konseptet i seg selv er ganske “nytt”.

Eksempelvis ser vi et tydelig kunnskapsgap på følgende tema;

- Hva kjennetegner konseptet innovasjonshus sammenlignet med andre samlokalisering konsepter.
- Hvilke faktorer kjennetegner et suksessfullt innovasjonshus konsept.
- Hvordan fremmer konseptet innovasjonshus innovasjonsarbeid.
- Hva er den optimale sammensetningen av bedrifter og bransjer i et innovasjonshus.
- På hvilken måte påvirker innovasjonshus næringslivet, næringsutviklingen og innovasjon i regionen.

Derimot det beslektede begrepet samlokalisering er et konsept som er mer forsket på og mer brukt litteratur. Det finnes en rekke forskning i litteraturen som tar for seg diverse samlokaliserings konsepter.

Grunnet med at Bright House er et nyetablert innovasjonshus er det mange aktuelle forskningsspørsmål som er interessante å forske videre på. Som tidligere beskrevet hadde vi i starten problemer med å begrense oss på hva vi ønsket å forske på. Ut ifra Bright House sitt perspektiv kan videre forskning basere seg på følgende tema:

- Hvilken påvirkning har Bright House på Mustad Næringspark.
- Hvordan påvirker Bright House utviklingen og veksten i regionen.
- Hvordan fungerer innovasjonshus konseptet utenfor urbane strøk/små byer.

I løpet av det kommende årene vil det vær hensiktsmessig å gjennomføre en kvantitativ undersøkelse. Som forsker på hvordan leietakere har dratt nytte av å være en del av Bright House. Hvilket bidrag til suksess har Bright House gjort, eventuelt se på de som ikke fikk suksess (ha skiller de fra de som fikk suksess).

8.0 Litteraturliste

- Aasen, T.M og Amundsen, O. (2011) *Innovasjon som kollektiv presentasjon*. Oslo: Gyldendal.
- Aasen, T.M og Amundsen, O.(2015) *Innovasjonsarbeid Organisasjon,kultur og ledelse*. Oslo: Gyldendal.
- Aasen, T.M, Amundsen, O.,Gressgård, L.J. og Hansen, K. (2011) “*In search of Best Practises for Employee-Driven Innovation: Experiences from Norwegian Work Life.*” I Høyrup, Bonnafaus-Boucher, Hasse og Møller (red.) *Employee-Driven Innovation: A New Approach*, 57-74. Basingstoke: Palgrave.
- Andersen, T. (2019) *Coworking på Norsk Fysisk miljø, fellesskap og tilrettelegging for samarbeid*. Elverum: Kunnskapsverket.
- Andersen, T. & Hoff, E. (2016) *Bedre sammen? – Samlokaliseringer som virkemiddel for utvikling av kulturelle næringer?* Lillehammer, Kunnskapsverket.
- Bergum, S. & Ørbeck, M. (2006) *Innovasjonshus Hamar. Et forprosjekt - Teorier, erfaringer og synspunkter fra aktører*. ØF-notat nr. 08/2006.
- Boschma, R. (2005). *Proximity and innovation: A Critical Assessment*. Regional Studies.
- Boye, I. (2012) *Hvilke faktorer har betydning for om entreprenører innen kulturnæringene velger å bli i næringsfellesskapet Fabrikken eller forlate det?* Master, Høgskolen i Lillehammer.

- Edquist C. (2005) *Systems of Innovation: Perspectives and Challenges*. In: J. J. Fagerberg, D. C. Mowery, & R. R. Nelson (Eds.), *The Oxford handbook of innovation*. Oxford: Oxford University Press, pp.181-208.
- Ericsson, B. & Andersen, T. (2016) *Hvordan lykkes stort som små? Mikrobedrifters kapasitetsutfordringer*. Lillehammer, Østlandsforskning.
- Evensen, H. (2016) *Ekspert avslører: slik blir du kreativ på jobb*. P4 Radio Hele Norge AS, Lillehammer. Hentet fra: 28.mai.2020 URL: <https://www.p4.no/aktiviteter/hverdag-og-jobb/ekspert-avslorer-slik-blir-du-kreativ-pa-jobb/artikkel/671229/?fbclid=IwAR0EgOEU1lgWS7j-PaBWNb4qqEYCCwmoqIZ9BcNY5vlnTkfnftNAjfrlnwo>
- Flatnes, A. & Hansen, T. B. (2016) *Evaluering av Program for kreative næringer: Utført på oppdrag fra Møre og Romsdal fylkeskommune*. Kristiansand, Oxford Research.
- Fost, D. (2008). *They're Working on Their Own, Just Side by Side*. New York Times, 20.02.2008. Artikel.
- Hatling, M., Damman, S. & Halvorsen, T. (2016) *Samlokaliseringseffekter – hva sier litteraturen?*. Rapport: SINTEF Teknologi og samfunn 2016-04-26.
- Hauge, A. & Johnstad, T. (2009) *Samhandling og innovasjon - aktører, systemer og initiativ i Innlandet*, Oplandske Bokforlag: Vallset
- Holen, F. (2010) *Når eplene faller til bakken, er det noen til å samle dem opp?* Doktorgrad, Universitetet i Tromsø.
- Ind, N. and Coates, N. (2013), *“The meanings of co-creation”*, *European Business Review*, Vol. 25 No. 1.

- Isaksen, A., & Asheim, B. (2008). *Den regionale dimensjonen ved innovasjoner*. In A. Isaksen, A. Karlsen, & B. Sæther (Eds.), *Innovasjoner i norske næringer: et geografisk perspektiv*. Bergen: Fagbokforlaget, s. 19 – 40.
- Johannessen, A., Christoffersen, L., & Tuftes, P.A. (2011) *Forskningsmetode - for økonomisk-administrative fag* (3.utg). Abstrakt forlag AS: Oslo
- Leforestier, A. (2009). *The Co-working Space Concept*. Ahmedabad:. Indian Institute of Management (IIMAHD), Paper.
- LSE Enterprise: Roser, T., Samson, A., Humphrey, P. & Cruz-Valdivieso, E. (2009) *Co-creation: New pathways to value: an overview*. Promise & LSE Enterprise.
- Martin, R. (2013) *Different Knowledge Bases and the Nature of Innovation Networks*. *European Planning Studies*, 21(9). S: 1418-1436.
- Mehmetoglu, M (2004). *Kvalitativ metode for merkantile fag*, Bergen: Fagforlaget.
- Merkel, J. (2015). *Coworking in the City*. *Ephemera*, 15(1): 121-205.
- Myhre, C. W. (2011) *Samlokalisering av små bedrifter*. Master, Universitetet for miljø og biovitenskap.
- Nesse, J. G. (2017) *Innovasjonsøkosystem*. Bergen, Vigmostad og Bjørke As. Fagbokforlaget.
- Nettavisen. “*Ekspert avslører hemmeligheten bak en kreativ arbeidsplass*” . Hentet: 13.05.20 URL: <https://www.nettavisen.no/tjenester/ekspert-avslorer-hemmeligheten-bak-en-kreativ-arbeidsplass/3423145357.html>

- Oh, D. Phillips, F. Park, S. Lee, E. (2016) *Innovation ecosystems: A critical Examination*. Volume 54, August 2016, Pages 1-6. URL: [https://www.sciencedirect-com.ezproxy.inn.no/science/article/pii/S0166497216300062](https://www.sciencedirect.com.ezproxy.inn.no/science/article/pii/S0166497216300062)
- Oksanen, K., & Ståhle, P., (2013) "Physical environment as a source for innovation: investigating the attributes of innovative space", *Journal of Knowledge Management*, Vol. 17 Iss 6 pp. 815 - 827
- Regeringen (Des.2012) *Håndbok medarbeiderdrevet innovasjon*, Nærings- og handelsdepartementet. AIT Otta. hentet dato: 11.Mars.2020. tilgjengelig: https://www.regjeringen.no/globalassets/upload/nhd/vedlegg/veiledninger-og-brosjyrer/medarbeiderdrevetinnovasjon_handbok_des2012.pdf?id=2291738
- Rill, B. (2016), "Resonant co-creation as an approach to strategic innovation", *Journal of Organizational Change Management*, Vol.29 No7.
- Rønningen, M. (2012). Innovasjonsfremmende system i reiselivet? In M. Rønningen & T. Slåtten (Eds.), *Innovasjon og næringsutvikling i en reiselivskontekst* (pp. 128-155). Bergen: Fagbokforlaget.
- Sander, K. (2019) *Estudie - innovasjonskultur*. Hentet fra: 25.februar.2020
URL:<https://estudie.no/innovasjonskultur/>
- Schumpeter, J. (1934). *The Theory of Economic Development*. Cambridge MA: Harvard University Press.
- SIVA (2020) *Næringshageprogrammet, SIVA*, hentet dato: 10.Mars.2020.
tilgjengelig fra: <https://siva.no/virkemidler/naeringshageprogrammet/>
- Thagaard, T. (2013). *Systematikk og innlevelse: en innføring i kvalitativ metode*. Utg 4, Bergen: Fagbokforlaget.

- Tjora, A. (2017). *Kvalitative forskningsmetoder i praksis*. (3. utgave. utg.). Oslo: Gyldendal akademisk.
- Trischler, J., Pervan, S., Kelly, S., & Scott, D. (2018). *The Value of Codesign: The Effect of Customer Involvement in Service Design Teams*. *Journal of Service Research*, 21(1), 75-100.
- Uda, T. (2013). *What is Coworking?: A Theoretical Study on the Concept of Coworking*. Sapporo: Hokkaido University. Paper.
- Von Hippel, E. (1986), “*Lead users: a source of novel product concepts*”, *Management Science*, Vol. 32 No. 7.

9.0 Vedlegg

Vedlegg 1. Intervjuguide

Litt om deg:

- Hvem er du? kan du fortelle oss litt om deg selv (tittel, hva inneholder en vanlig dag for deg?)

Bright House

1. I oppstartsfasen var det ulike roller og aktører med for å få BH opp å gå, hvilken rolle hadde du i denne perioden - og hvilken tilknytning har du i dag? Hvilke aktører og bidragsytere var viktig for prosjektet?
2. Hvorfor mener du at det var viktig og hensiktsmessig å satse på dette prosjektet? Hva fikk deg til å satse på et innovasjonshus på Gjøvik?
3. Bakgrunnen for lokalisering på Mustad var som mål å øke samhandlingen mellom NTNU og det lokale næringslivet. Hva er dine tanker rundt lokaliseringen av dette innovasjonshuset?
4. BH hadde i første prosjektfase to hovedmål til oppstart, skape nye arbeidsplasser gjennom nye oppstarts bedrifter, videreutvikle næringslivet til å forbli konkurransedyktige og voksende. Hvordan føler du dere har jobbet opp mot disse målene gjennom prosessen? Hva kan gjøres i fremtiden for å nå disse?
5. Hva tenker du rundt sammensetningen av aktører og bedrifter i BH? Danner disse aktørene og bedriftene et godt nok grunnlag for å oppnå målsettingen til BH?

Miljø

6. Hvordan kan BH bidra til et fungerende innovasjonssystem i regionen? * BH har som mål å etablere et sømløst innovasjonssystem som å inkludere de meste sentrale innovasjons- og utviklingsaktørene. Hva tenker du rundt det? Hvordan løser de dette?
7. I den strategiske planen til BH var et av målene å skape en felles arena og et samlingssted. Hvordan kan BH brukes for deling og spredning av kunnskap, samt et ønske om regional samhandling? *

8. Mener du at BH er med på å øke og bidra vekst i næringsutviklingen i Gjøvikregionen? Er BH allerede en viktig bidragsyter for næringslivet i regionen? Hvilken rolle bør BH ta i næringslivet? *
9. Huset ble omorganisert og designet for å “drive innovasjon”, hvordan er ting organisert og lagt til rette for å fremme innovasjonsarbeid? *

Fremtiden

10. Hva mener du er et optimalt og velfungerende innovasjonshus?
11. Hvor ser du BH om 5 år?
12. Hva er planen videre i forhold til hva som skal skje i huset?
13. Føler du at BH stiller til dine forventninger?

Annet

14. Er det noe du føler vi har glemt eller noe du ønsker å tilføye? Noe som er relevant til vår oppgave?