



I flera av IMCG:s uppdrag ingår begreppet innovation. Nedan kan ni läsa hur vi definierar det och hur IMCG arbetar för att stärka innovationskapaciteten, både hos företag och i regioner.

Är ni intresserade av en mer utförlig beskrivning eller en utbildning? Hör av er!  
[kontakt@imcg.se](mailto:kontakt@imcg.se)

## INNOVATION

Innovation är oftast ett **genombrott för en teknologi**. Det kan baseras på en ny idé, men också på att kombinerar två gamla idéer på ett smart sätt eller att man förbättrar förutsättningar för en teknologi.

Några exempel:

- **Cykling** har ökat betydligt i många städer. Det beror inte på att cyklarna (Produkt) har blivit bättre utan för att man har förbättrat förutsättningarna (Infrastruktur) för cykling. Idag finns det fina, snöröjda cykelbanor året om i de flesta städer och ofta gratis pumpstationer och annan service.
- Privata **solceller** (Produkt) är inte lika vanligt i Sverige som i många andra europeiska länder, vilket inte beror på att solen skiner mindre här. Det beror istället på att man inte kan koppla upp sig på det befintliga elnätet (Infrastruktur) till rimliga kostnader. I Sverige saknas politiskt engagemang (Beslut) liknande det i de länder där sol-el idag är en innovation på elmarknaden.
- Vi använder idag allt mer **förnybara drivmedel** i Sverige, fast det är det få som vet om. Många tror att vi kör på bensin och diesel precis som tidigare. Ökningen har skett genom allt mer inblandning av t.ex. etanol i bensin (Produkt). Detta är tillåtet (Beslut) att göra och på så sätt kan alla fortsätta att tanka vid sin vanliga bensinstation (Infrastruktur).

Det gäller att hålla reda på alla tre nivåer (**Beslut, Infrastruktur** och **Produkt**) för att förutspå innovation eller möjliggöra för innovation. De lägsta nivåer är närmare marknaden medan de högre är närmare myndigheter och politik.

IMCG arbetar även med tjänsteinnovationer, t.ex. i media- och finanssektorn. Här handlar det om kompetensutveckling både hos aktörer och målgrupp, vilket kräver andra verktyg.

# REGIONAL INNOVATIONSKAPACITET

Inom Regional innovationskapacitet behöver aktörerna förstå varandras roller i innovation efter ovanstående exempel. Kapacitet kan mätas i förståelse och etablerat samarbete, hur mycket resurser det finns hos de olika aktörerna samt hur man delar på framgång. Delad framgång är viktigt. Finns det inte tydliga återkopplingsmodeller är det svårt att skapa starka kluster.

Några exempel på innovationskapacitet:

- Högskolornas roll är komplex då de arbetar med kunskapsspridning till samhälle och näringsliv på flera sätt. Dels genom utbildning och dels genom forskningskommunikation. Stöd till innovation är en relativt ny roll för svenska högskolor. Det pågår idag ett mycket spännande arbete för att utveckla denna roll. Mycket av utvecklingsarbetet finansieras av EU i vilket svenska experter arbetar på Europeiska nivå och inte bara för innovation i Sverige. Det är därför viktigt att svenska näringslivs- och samhällsaktörer så mycket som möjligt är involverade i utvecklingsarbetet så man inte missar möjligheter till samhällsutveckling.
- Samhället har haft en viktig roll som beställare av nya teknologier, men den möjligheten har minskat efter införandet av offentlig upphandling. Många myndigheter försöker få tillbaka innovationsförmågan genom utvecklingen av innovationsupphandling, men det finns mycket kvar att göra. Samhället har också en roll som neutral mötesplats när två branscher startar ett innovationskluster.
- Näringslivet är motorn i ett innovationskluster då all genomförandekraft ligger hos dem. De står för resurser och investeringsmöjligheter. Man bör komma ihåg att företag dels levererar kundvärde och dels ägarvärde. Om företaget inte har en tydlig geografisk förankring kan en innovation medföra att man levererar större ägarvärde om man flyttar företaget. Givetvis gäller också det motsatta, med ett attraktivt innovationskluster kan man locka nya företag till att lokalisera sig i regionen.

Grundläggande för regional innovationskapacitet är att det finns tillräckligt med kapacitet hos aktörerna. Det krävs också en ambition om att vilja samarbeta. Vad som skapar denna vilja är svårt att mäta och beskriva då det handlar om människor, värderingar och relationer.

Lokal media har en stor roll gällande värderingar och relationsbyggande. Dessutom påverkas viljan av större skeenden som konjunkturer och demografi.

Regional innovationskapacitet handlar även om att bygga ett strukturkapital som gör att man kan skapa innovationer om och om igen utan att vara beroende av enskilda personer eller aktörer.

# INNOVATION KONTRA NÄRINGSLIVSUTVECKLING

Det finns ett stort överlapp mellan dessa två aktiviteter, då båda handlar om näringslivssamarbete. Det är kanske inte så viktigt att definiera vilka kluster som hör till vad, men om man vilka peka ut något särskilt är det att i innovationssamarbeten så provar man ett nytt samarbete.

Några exempel:

- Det vanligaste är när man byter samarbete för exponering och distribution. Ett företag som tidigare har varit beroende av en butikslokal för att exponera sina produkter och där kunder själva var involverade i distributionen genom att åka till butiken för att köpa varan och själv frakta hem den. Idag har internetförsäljning gått så långt att det finns en ny trend där webbutikerna öppnar gammaldags fysiska butiker igen.
- Det kan också handla om att korsbefrukta industriellt kunnande. Det finns många innovationskluster som etablerats mellan två branscher vilka tidigare inte haft någon relation. Till exempel är det en utmaning för klädindustrin att minska användningen av bomull. Detta samtidigt som skogsindustrin behöver ny avsättning för träfiber när efterfrågan av pappersmassa snabbt minskar. Genom att samarbeta över branschgränser hittar man nya möjligheter att använda träfiber i textilier för klädkonfektion.
- Ett annat exempel är när en etablerad bransch åläggs nya krav eller att utvecklingen inom andra områden skapat nya möjligheter och ny efterfrågan. Detta händer just nu inom energibranschen där man åläggs hjälpa sina kunder att minska sin energiförbrukning genom att utveckla en IT-struktur som möjliggör för kunden att både se och styra sin energiförbrukning över internet. Den parallella utvecklingen av mobilt internet och smartphones har samtidigt skapat förutsättningar för kunderna att göra detta via sina mobiler.

En innovationssamverkan leder ofta över tid till en näringslivssamverkan. Från början tar man fram något nytt och efter ett tag så samverkar man för att stärka sin gemensamma konkurrenskraft gentemot de företag som fortfarande levererar traditionella lösningar och produkter.