

venture sætter udviklingen på det danske marked for innovationsfinansiering i perspektiv

venture



ZYB:

Mobilsucces solgt til Vodafone



Campfire:

Verdens mest populære tegneserier til mobilen

Ny analyse om mobilteknologi:

Læg røret og bliv iværksætter



"Regeringen arbejder aktivt for på at understøtte udviklingen af indhold til mobile teknologier," siger Videnskabsminister, Helge Sander.

Læs analysen om venturekapital i Danmark med fokus på mobile teknologier



Direktør Christian Motzfeldt

Mørke skyer i horisonten – og enkelte solstrejf

Finanskrisen udvider sig dag for dag og bliver nu beskrevet som den værste siden 30'erne.

Får det betydning for iværksætterne og dem, der arbejder med at formidle kapital til nye vækstvirksomheder?

Ja helt sikkert. Det bliver sværere for begge grupper. Meget sværere.

Friværdier i boliger er forsvundet, og formuer er tabt på aktiemarkedene. Mulighederne for og lysten til at investere i nye vækstvirksomheder er dermed svækket for de private investorer. Bankerne passer af indlysende årsager på med at påtage sig flere risikobetonede engagementer. Adgangen til at rejse kapital på børserne er praktisk taget lukket. Virksomhedernes afsætningsmuligheder svækkes i takt med, at den økonomiske nedtur tager fat og endelig presses prissætningen på virksomhederne af den beskrevne kradse cocktail.

Det har ikke set værre ud længe. Meget længe. Men midt i mørket er der også lyse punkter.

For det første viser vores seneste benchmark-analyse, at danske vækstvirksomheder er enestående gode til at trække kapital fra udlandet. Faktisk var de på den skala i 2007 de absolut bedste i Europa. Og det betød, at de danske vækstvirksomheder i 2007 sammenlagt fik tilført mere kapital end virksomheder i noget andet land i Europa.

Det var ikke mindst biotekvirksomhederne, der

fik tilført ny kapital fra udlandet. Og i den sammenhæng er det opmuntrende at se, at årtiers dansk satsning på udvikling af nye lægemidler ser ud til at bære frugt. Mange af virksomhederne, der udvikler nye lægemidler er ved at blive stærke selskaber med brede porteføljer af produkter i fremskredne faser. Og det har gjort udenlandske investorer interesserede i at være med.

Ser vi på antallet af nye lægemidler på vej er vi på en tredjeplads i Europa. Og måler vi i forhold til indbyggertal er vi ikke mindre end verdensmestre! Og i en tid, hvor mange af de kendte lægemidler, der sælger i milliardklassen, er ved at løbe ud for patentbeskyttelse, kan det blive til et interessant erhvervseventyr.

Men slutter det her? Er der overhovedet kapital til at sætte nye virksomheder i søen? Ja, det er der. Der er flere venturevirksomheder, der stadig har frisk kapital til nye investeringer. En af dem er Sunstone Capital, som for nyligt lykkedes med at rejse yderligere ca. 155 millioner kroner, så de i alt har 1.1 milliarder kroner i frisk kapital til helt nye vækstvirksomheder.

Har man en god forretningsplan er der altså stadig muligheder.

Christian Motzfeldt, direktør.

Husk:

Kalenderen:

17/11 – 21/11 2008:

– Uge 47.

TEMAUGE for dig, der drømmer om at starte egen virksomhed.

Se mere på www.uge47.dk

25/11 – 26/11 2008:

NORDIC CLIMATE

SOLUTIONS. Her uddetes Climate Cup 08 priserne.

Se mere på www.copenhagengclimatesolutions.com

28/4 – 30/4 2009:

CLEANTECH FORUM XXII – COPENHAGEN.

Se mere på www.cleantech.com

13/5 2009:

VÆKSTFONDENS

ÅRSMØDE afholdes i Øksnehallen i København.

Følg med på www.vf.dk.

venture

Temamagasinet Venture udgives af

Vækstfonden

Strandvejen 104 A
2900 Hellerup
T: 35 29 86 00
vf@vf.dk

#3 2008

Redaktion: Christian Motzfeldt (ansv.) og Strategi,

Analyse og Kommunikation

Tekst: Dreyer & Kvetny Public Relations og Vækstfonden

Design: Rumfang.dk

Forsidefoto: Scanpix

Tryk: Fihl Jensen Grafisk Produktion A/S

Oplag: 5.000

Du kan gratis bestille Venture på vf@vf.dk

VÆKSTFONDEN

Om Vækstfonden

Vækstfonden er med til at skabe flere nye vækstvirksomheder. Vi er en statslig investeringsfond, der siden 1992 har finansieret vækst i over 3500 danske virksomheder for et samlet beløb på over 6,5 milliarder kroner. Se www.vf.dk

Danmark er europamestre i at tiltrække udenlandsk venturekapital

Mange danske venturefinansierede virksomheder har nu nået en modenhed, som gør dem attraktive for udenlandske venturefonde. Det slår igennem i et massivt løft i den kapital, som udenlandske investorer tilfører danske virksomheder.

Det fremgår af vores nyeste benchmarkanalyse, hvor Danmark i 2007 var det land i Europa, der blev investeret relativt mest i. 2,7 milliarder blev der investeret i danske virksomheder fra udenlandske investorer. Til sammenligning investerede danske investorer 2,2 milliarder kroner i alt, hvoraf 30 procent gik til udenlandske virksomheder.

”Tallene viser, at det er lykkedes at opbygge en række meget lovende virksomheder, som nu er i stand til at tiltrække udenlandsk venturekapital i stor målestok. Det er en cadeau til de danske venturefonde, som har ført virksomhederne frem til, hvor de er i dag,” siger vicedirektør i Vækstfonden Rolf Kjærgaard.

De udenlandske investorer har typisk investeret i virksomheder, der står over for en global markeds lancering. Virksomheder, der i de seneste år har arbejdet for at skabe et stærkt fundament, og er lykkedes med det.

Udenlandsk kapital i de sene faser

De udenlandske investorer går efter virksomheder i de senere faser, så det er danske investorer, som skal holde for med at investere i nye danske iværksættere.

”Da danske investorer har skruet lidt ned for investeringsaktiviteten, er det blevet vanskeligere for helt nye danske iværksættervirksomheder at finde kapital. Derfor er den store udfordring nu at finde kapital til de nye virksomheder, som med tiden skal kunne tiltrække udenlandsk kapital,” forklarer Rolf Kjærgaard

De færre danske investorkroner er en konsekvens af vigende konjunkturer og tilbageholdenhed blandt institutionelle investorer, som har gjort det sværere for

venturefonde at rejse kapital til nye investeringer. Men selvom det er blevet sværere for nye virksomheder at få tilført kapital, er der lysere fremtidsudsigter for dem, der lykkes med det.

”Til trods for at det er blevet vanskeligere for helt nystartede virksomheder at komme igennem nåleøjet hos investorerne, så lader det til, at de mest ambitiøse, ihærdige og dygtige virksomheder, som kommer igennem, kan se frem til at få tanken fyldt godt op med kapital,” siger Rolf Kjærgaard.

Mere til hver enkelt

Vores seneste markedsanalyse viser nemlig, at selvom færre iværksættere når igennem hos investorerne, og investorerne samlet set investerer mindre, så modtager hver enkelt ny iværksætter et større beløb end tidligere. Faktisk er der tale om, at nye iværksættere i 2007 modtog en gennemsnitlig investering, der lå 40 procent højere end året før.

”Virksomhederne kan derfor holde en højere fart frem mod målstregen, end vi før har set. Og det er faktisk en rigtig god nyhed. Erfaringen viser nemlig, at succesraten stiger med størrelsen af den enkelte investeringsrunde, fordi virksomhederne kan bruge tiden på at udvikle forretningen i



FOTO: TORBEN KLINT

TALLENE VISER, AT DET ER LYKKEDES AT OPBYGGE EN RÆKKE MEGET LOVENDE VIRKSOMHEDER, SOM NU ER I STAND TIL AT TILTRÆKKE UDENLANDSK VENTUREKAPITAL I STOR MÅLESTOK.

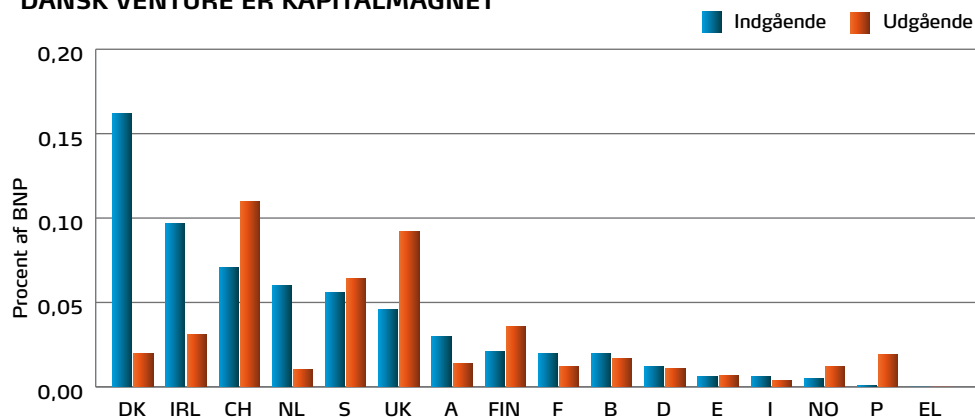
Rolf Kjærgaard

stedet for på den evige kapitaljagt,” understreger Rolf Kjærgaard.

Det øger sandsynligheden for, at en større andel af virksomhederne opnår succes.

Læs mere om de benchmarkanalysen og markedsanalysen på www.vf.dk

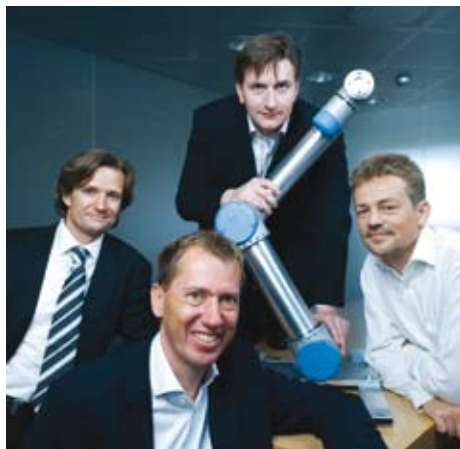
DANSK VENTURE ER KAPITALMAGNET



DANMARK ER DET LAND I EUROPA, SOM TILTRÆKKER MEST UDENLANDSK VENTUREKAPITAL MÅLT SOM ANDEL AF BRUTTONATIONALPRODUKTET.

Virksomheder, der hiver komponenter fra samlebånd ned i papkasser eller skubber metalskiver ind under en stansemaskine, får nu en hjælpende hånd – eller rettere en arm; en robotarm.

FOTO: TORBEN KLINT



DET HANDLER FOR OS OM AT FÅ REALISERET VORES DRØM, AT SE VORES ROBOT SÅ MANGE STEDER I SÅ MANGE SITUATIONER SOM MULIGT. DET HAR VÆRET GULD VÆRD AT FÅ KLOGE INVESTORER TIL AT JUSTERE STRATEGIEN OG ØGE FOKUS PÅ DET FORRETNINGSMÆSSIGE, SIGER ESSEN ØSTERGAARD OG KRISTIAN KASSOV, UNIVERSAL ROBOTS.

Uffe Arlø Theilade (Vækstfonden), Enrico Krog Iversen, Kristian Kassow og Esben Østergaard viser robotarmen fra Universal Robots.

Fynske opfindere får kapital til fleksibel robotarm

Den lille, fynske virksomhed Universal Robots får en gevaldig kapitalindsprøjtning på ti millioner kroner til at fremstille og sælge en masse fleksible, men billige, robotarme til det danske og tyske marked for industrirobotter

Robotarmen Easyboter kan hjælpe vestlige virksomheder med mange manuelle rutiner, i konkurrencen med lande hvor lønnen er lav.

Vækstfonden investerer 7,85 millioner kroner, Syddansk Innovation møder med

1,9 millioner kroner, og den nyansatte direktør, Enrico Krog Iversen, indskyder selv 250.000 kroner i Universal Robots, der blev stiftet af datalog Esben Østergaard og ingeniør Kristian Kassow i 2005 sammen med Syddansk Innovation i Odense.

EasyBot fra Universal Robots koster i størrelsesordenen 100.000 kroner. Det er væsentligt mindre end de industrirobotter, som f.eks. står på bilfabrikker. EasyBot "lærer" desuden selv at udføre opgaven, ved at man fører armen rundt og viser, hvordan

opgaven skal udføres.

"Det er en innovativ løsning, der retter sig mod mindre virksomheder i stedet for det nuværende udbud, der udelukkende er rettet mod store industrikoncerner. Teknologien er blåstemplet af roboteksperter, og med en kompetent direktør i spidsen kan vi nå ud til kunderne," siger investeringschef Uffe Arlø Theilade, Vækstfonden, der opdagede Universal Robots ved et tilfælde under et besøg i Odense.

Vækstfonden investerer

FOTO: TORBEN KLINT



FREDE GRAVERSEN (TV), I-PROTECT, OG PETER SCHRØDER, VÆKSTFONDEN, VISER TYVERISIKRINGEN TRANSGUARD.

En dansk producent af elektronisk tyverisikring af lastbiltrailere får kapitalindsprøjtning på seks millioner kroner fra Vækstfonden, Videnskabsministeriet samt business angels.

Tyveri af gods og vogntog på de europæiske veje løber årligt op i 60 millioner kroner, og tallet vokser. Alene i Danmark steg antallet af tyverier ifølge Forsikring & Pension med

80 procent fra 2006 til 2007. Og hvor det i 2006 lykkedes at finde 8 ud af 10 stjålne lastvogne igen, var succesraten i 2007 nede på 3 ud af 10. Biler og trailere forsvinder ud i det blå.

Låsesystemet TransGuard, som virksomheden i-protect har opfundet, er et effektivt værn mod tyveri fra lastbiltrailere. Det består af en elektronisk og kodestyrret lås til både hjul og døre. For at kunne åbne traileren og køre med den skal chaufføren have nye koder f.eks. via sin mobiltelefon.

Millioner til bilrudegenbrug

Som den eneste i verden kan danske SHARK Solutions A/S rense det dyrebare laminat ud af brugte forruder fra biler. Den opfindelse kan spinde guld ud af affald. En kapitalindsprøjtning på 10 millioner kroner fra Vækstfonden skal nu flerdoble produktionen. Og for at forhindre konkurrenterne i at lure teknikken af, bliver den vogtet på som en dyb hemmelighed på Vestsjælland.

SHARK Solutions, er en lille nystartet virksomhed, der kan separere glasset fra det påklistede laminatet i brugte forruder i en så fin kvalitet, at bindemidlet PVB (PolyVinyl Butyral), der er en ultra stærk lim, kan genanvendes og sælges.

Den vestsjællandske virksomhed er de eneste i verden, der industrielt kan rense PVB i en sådan grad, at det kan anvendes som næsten nyt. Derfor bliver verdens første og hidtil eneste fabrik til at finrense PVB vogtet som en forretningshemmelighed i en produktionshal på Vestsjælland.

Kapitalindsprøjtningen fra Vækstfonden skal bruges til at bygge nye fabrikker – planen er en om året i et nyt land – og til at markedsføre genbrugskonceptet til autoophuggere og glasvirksomheder.

”Vi sidder med en potentiel guldgrube, som både økonomisk og miljømæssigt kan give gevinst. Både kunderne og vi kan tjene på det, og miljøet spares for giftig afbrænding og store affaldsmængder, der skal deponeres,” siger Bjarne Henning Jensen, ansvarlig for cleantech-investeringer i Vækstfonden.

Forretningspotentialer er stort. Over en million ton laminatglas i Europa og Nordamerika vil nu kunne genbruges 100 procent. Mange forruder ryger på lossepladsen, selv om det er forbudt i EU, mens andre bliver proppet i genbrugsmaskiner, der renser noget af glasset ud. Glasset bliver ofte genbrugt, men ikke laminatet med PVB.

”Der bliver solgt over 250.000 ton ny PVB om året, som koster over 3.000 euro pr. ton. Potentielt kan der genbruges op til 50.000 ton årligt fra Europa og USA. Vi kan sælge vores genbrugte PVB for en lille del af nyprisen og samtidig få en god forretning,” siger civilingeniør Jens Holmegaard, direktør i Shark Solutions.

Virksomhedens glasseparationsmaskine kan håndtere op til 20 ton glas i timen. I dag ligger produktionen på 300 kilo PVB i timen på den hemmelige fabrik.

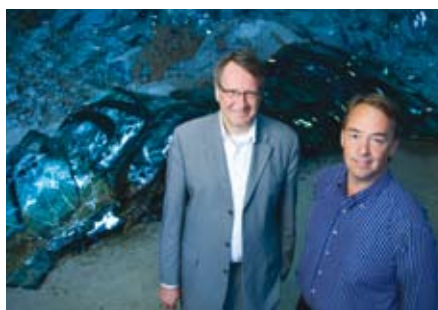


FOTO: TORBEN KLINT

BJARNE HENNING JENSEN, VÆKSTFONDEN, OG JENS HOLMEGAARD, SHARK SOLUTIONS.

VI REGNER MED AT
INVESTERE I FLERE
GLOBALE VINDERE I
DE KOMMENDE ÅR

Peter Benson, managing
partner i Sunstone
Capital



Sunstone Capital runder tre milliarder kroner

Sunstone Life Science Ventures Fund II og Technology Ventures Fund II, Sunstone Capital har formået at rejse cirka 155 millioner kroner i en kapitalrejsning, hvor deltagerne er Finnish Industry Investment Ltd. og Sampension.

Det bringer det samlede beløb i de fire fonde, som ligger i Sunstone Capital, op på over tre milliarder kroner.

Og det er noget, der luner i den godt et år gamle fond

”Når man ser på, hvordan det ser ud på de finansielle markeder for tiden, så kan vi kun være særdeles tilfredse med, hvordan denne kapitalrejsning er landet. Og at vi kan præsentere to nye institutionelle investorer i vores kreds,” understreger managing partner i Sunstone Capital, Jimmy Fussing Nielsen.

Sunstone Capital har foreløbig cirka 40 selskaber i de fire fonde, som teamet administrerer, og i løbet af det første år har Sunstone Capital investeret i otte nye selskaber.

I det hele taget ser Sunstone-teamet ret lyst på fremtiden

”Med den kapital vi har rejst indtil videre, ser det ud til, at vi vil være i stand til at investere i cirka 20-30 nye, nordiske life-science- og teknologivirksomheder over de næste tre-fire år. Og blandt dem regner vi med at se flere kommende globale vindere inden for deres respektive områder,” siger managing partner Peter Benson, Sunstone Capital.

i tyverisikring af lastbiltrailere

”Vi er klar med produktet. Det er patenteret, testet og godkendt af de tyske myndigheder. Vi har ”blot” manglet kapital til at få salg og markedsføring sat i sving og til at søge formelle godkendelser i flere lande, men det er heldigvis lykkedes nu,” siger direktør, stifter og storaktionær i i-protect, Frede Graversen.

Udover 3 millioner kroner fra Vækstfonden og 1 million kroner fra Videnskabsministeriet, som via InnovationMidtVest også tidligere har investeret i i-protect, skyder en

række business angels mellem en halv og en hel million ind.

”Kombinationen af kapital fra Vækstfonden og privat kapital fra business angels har vist sig at være effektiv, fordi virksomheden ikke blot får kapital, men også bliver tilført kompetencer fra erfarne folk, der selv har noget på spil,” siger investeringsansvarlig Peter Schrøder fra Vækstfondens forretningsområde Partnerkapital, der specialiserer sig i at koble business angels med vækstvirksomheder.

5000 besøgte Iværk 08

Traditionen tro var Vækstfonden repræsenteret på Iværksættermessen i Forum på Frederiksberg, hvor knap 5000 besøgende lagde vejen forbi i løbet af de to dage messen varede. På vores stand fik vi i løbet af messen rådgivet og sparret med flere hundrede nuværende og kommende iværksættere.



VORES STAND LOKKEDE MANGE FORBI.



VICEDIREKTØR ROLF KJERGAARD TALTE OM DE KRITERIER, SOM INVESTORERNE LÆGGER TIL GRUND FOR INVESTERINGER I IVÆRKSÆTTERE.



MANGE TOG CHANCEN FOR AT HØRE NÆRMERE OM, HVILKE MULIGHEDER, DER ER FOR AT FINDE FINANSIERING TIL VIRKSOMHEDEN.

FOTOS: TORBEN KLINT

Fokus på vækst i uge 47

I hele uge 47 er der hjælp til alle dem, der drømmer om egen virksomhed eller vækst, når initiativet "Start virksomhed – start vækst" ser dagens lys. Arrangementet er en del af Global Entrepreneurship Week, hvor 56 lande sætter iværksætteri på dagsordenen.

"Start virksomhed – start vækst" er det hidtil største danske arrangement for iværksætterspirer, nye virksomheder og virksomheder i vækst. Der er blandt andet idékonkurrencer for elever i folkeskolen og Solution Camps, hvor studerende, undervisere og forskere inviteres til at løse konkrete udfordringer for en række danske virksomheder. For nye virksomheder og virksomheder i vækst er der blandt andet springboards,

workshops, foredrag og konkret rådgivning. Arrangementerne er bygget op omkring fem landsdækkende temadage, som de regionale væksthuse har koordineret. Temaerne er: Finansiering, HR & ledelse, salg & marketing, teknologi & innovation og internationalisering.

Se mere om alle arrangementer på www.uge47.dk



– REGERINGEN HAR ET MÅL OM, AT DANMARK I 2015 ER BLANDT DE LANDE I VERDEN, HVOR DER ER FLEST NYE VIRKSOMHEDER MED VÆKSTPOTENTIALE. DET ER BAGGRUNDEN FOR, AT ØKONOMI- OG ERHVERVSMINISTERIET HAR SAMLET EN LANG RÆKKE PARTNERE TIL EN FÆLLES INDSATS I UGE 47.

Udviklingsdirektør i Erhvervs- og Byggestyrelsen
Anders Hoffmann

Grøn tænketank lanceret

Concito, som på latin betyder ”jeg sætter i bevægelse”, er Danmarks største grønne netværk med 70 virksomheder, forskere, organisationer og personer som medlemmer af rådet – alle med stor viden om klima og førende inden for deres felt. Formand er tidligere folketingsmedlem Martin Lidegaard (Radikale Venstre). Rådets medlemmer udgør tænketanken, der har nedsat en række følgegrupper inden for udvalgte temaer, som skal udvikle nye projekter og følge dem med analyse og formidling. Tænketanken mener, at klimaproblemerne skal

løses internationalt, men at Danmark med fordel kan gå foran. Der er enorme politiske, erhvervsmæssige og økonomiske potentialer i at være først. Concito vil arbejde for at gøre klimaproblemerne og deres løsninger kendte i en større offentlighed, og vil udarbejde analyser baseret på eksisterende og ny forskning, der kan omsættes til direkte handling i politik, i erhvervslivet og hos den enkelte dansker. Vækstfonden er nyslået medlem.



Hvem vinder klimaprisen?

Direktør i Vækstfonden Christian Motzfeldt er udpeget til at deltage i dommerpanelet for de nyindstiftede Climate Cup-priser. Priserne er indstiftet for at belønne virksomheder og organisationer, som gør en særlig indsats for miljøet. Initiativet skal skabe opmærksomhed omkring de delta-gende virksomheder og organisationers klimaindsats og derved motivere andre

til at følge trop. Uddelingen af Climate Cup-priserne sker på Nordic Climate Solution-konferencen den 25. november 2008. Her vil danske såvel som internationale virksomheder og organisationer, og pressen være stærkt repræsenteret.

Se mere om Climate Cup-priserne på www.climatecup.dk



Venture Cup med Vækstfondsponsorat

Vækstfonden er med som sponsor af forretningsplankonkurrencen Venture Cup. I Venture Cup konkurrerer forskere og studerende fra universiteter mod hinandens forretningsplaner. Konkurrencen har med succes været med til at sætte fokus på mu-

lighederne for at øge kommercialiseringen af danske forskningsresultater. Der konkurreres om præmier på en samlet værdi af 600.000 danske kroner. Se mere om konkurrencen på www.venturecup.dk.

INVESTERINGER SIDEN SIDST /

FONDSKAPITAL

Erhvervsinvest II K/S

- Mejerigaarden A/S

Nordic Biotech

Opportunity Fund

- Osteologix Inc.

Nordic Venture Partners

- NYX Interactive AB

Sunstone LSV II K/S:

- Biomonitor A/S

VÆKSTKAPITAL

- Shark Solutions A/S
- Universal Robots Aps
- Smartshare Systems A/S
- Guppy Works Aps

STARTKAPITAL

Retilog Aps

PARTNERKAPITAL

i-protect A/S

EXITS SIDEN SIDST /

FONDSKAPITAL

Merlin Biosciences L.P:

Piramed ltd. solgt til Roche

Nordic Venture Partners K/S:

ZYB A/S solgt til Vodafone



Dansk potentiale skal udløses

Indhold /

10 / Mobile muligheder i milliardklassen

Markedet for mobil teknologi er enormt og i konstant vækst. Værdikæden er stor og kompleks – og lige nu er den under forandring. Det giver Danmark muligheder for at skabe nye vækstsucceser.

12 / Det åbne spil

Danmark skal mande op med velkvalificeret, udenlandsk arbejdskraft, hvis vi skal gøre os gældende på det store marked for spil til mobilen. Det mener stifteren af en af de danske mobilsucceser.

13 / Dansk startup-virksomhed slår spilgiganter

Danske Powerhouse Games ligger foran giganter som Game Loft og EA Games med at udvikle spil til Apples iPhone og iPod Touch.

14 / Globale trends

Generelle forbrugertrends vil i stigende grad påvirke udviklingen inden for mobil teknologi. Hele vores adfærd som forbrugere er på vej over på mobilen.



16 / Blandt globale giganter

Danske Unwire er David på et marked af Goliath'er. Og helt som i det bibelske eventyr bliver kæmpen besejret.

18 / Mobile trækkroe

Markedet er der. Men hvem skal drive udviklingen, så teknologien bliver omsat til danske væksteventyr?

20 / Global virtuel kioskbasket

Spiderman, Hulken og X-men har mere til fælles end at være tegneseriehelte. De er også alle sammen blevet levendegjort på mobilen af danske Campfire.

22 / Den spildte chance

Danmark var med i verdenseliten under mobilteknologiens fødsel. Men markedet løb fra os. Nu har vi chancen igen, fortæller eksperterne. Har vi lært af historien?

af flere iværksættere

Konklusion /

Markedet for mobile teknologier eksploderer i disse år. Der findes over 4 milliarder mobiltelefoner i verden og sælges mere end 1 milliard om året. Mobiltelefonerne bliver mere og mere teknologisk avancerede, datahastigheden stiger, og udbredelsen af det mobile internet åbner for nye forretningsmodeller og aktører.

Alt peger på, at meget store muligheder de kommende år vil opstå på markedet for mobilt indhold og applikationer, som er et marked med høje vækstrater. Det forudsætter dog, at forbrugerne i stigende grad bruger mobiltelefonernes mere avancerede muligheder end i dag, hvor 95 procent af trafikken går til almindelige samtaler og sms'er.

Den danske industri er præget af en historik inden for hardware og infrastruktur, hvor Danmark tidligt har formået at opbygge en international styrkeposition i form af verdensførende forskning, højt uddannet arbejdskraft og store, globale industrilokomotiver. Hertil kommer, at danske virksomheder har vist eksempler på, at indhold og applikationer er et område, hvor de kan begå sig, hvis blot de har den rette forretningsmodel.

De danske virksomheder, der har formået at opbygge en succes inden for indhold og applikationer frem til i dag, er virksomheder, der har forstået at placere sig dér i markedet, hvor de har gjort sig værdifulde i forhold til adgangen til kunderne og i forhold til at generere omsætning hos de store spillere, hvad enten det gælder hardwareproducenter, operatører eller indholdsproducenter. Det beviser virksomheder som Campfire, der leverer tegneserier til mobiltelefoner, og Unwire, der blandt andet leverer betalingssystemer til mobile tjenester.

Men der er en række udfordringer.

I modsætning til de andre nordiske lande har Danmark ikke et nationalt lokomotiv, der kan være drivkraft for at udvikle en stærk og innovativ dansk industri inden for mobile teknologier. De store, globale virksomheder, der er lokaliseret i Danmark, kan tilbyde udfordringer og et arbejdsmiljø, der betyder, at de dygtige folk, der ellers kunne vælge at starte nye virksomheder, vælger en tryk ansættelse hos de store spillere. Og i forskningsmiljøerne omkring universiteterne er fokuseret på hardware-siden.

Initiativer som forskningsprojektet om nye mobile teknologier på Ålborg Universitets afdeling i Ballerup kan imidlertid være med til at frembringe en videnbase inden for integration af indhold og mobilitet, som kan danne grundlag for nye virksomheder. Forskningen vil definere nye forretningsmodeller og de nye værdikæder i næste generations mobilteknologi, som er konsekvensen af, at Internet, digital tv og radio og 3. generation mobilnet smelter sammen.

Appetitten på investeringer inden for mobility er afgjort til stede blandt de danske ventureinvestorer. Men for på afgørende vis at løfte dansk iværksætteri inden for mobility er der brug for en øget bevidsthed og interesse blandt udviklere for at engagere sig i nystartede virksomheder. Samtidig skal investorerne rejse tilstrækkelig med kapital til at kunne investere i mulighederne, når de opstår.

Mobile muligheder i milliardklassen



Teleindustrien er enorm. Og med udbredelsen af internettet og nu det mobile internet omfatter den i dag så mange brancher og nicher, at det er umuligt at skabe en dækkende opgørelse over dens økonomiske betydning. Men uanset, hvordan man anskuer det, er det en industri, der i fremtiden vil skabe utallige nye globale vækstvirksomheder. Nogle af dem kan blive danske, indikerer Vækstfondens aktuelle analyse af den danske sektor for mobil teknologi. Men den viser også en række barrierer og en begrænset start-up-aktivitet.

”Danmark har et stærkt videngrundlag inden for mobil teknologi. Hele GSM-nettet har rødder i dansk forskning, og i dag har mange af de globalt ledende aktører på området placeret deres udviklingsafdelinger i Danmark. Set ud fra et venturesynspunkt er

udfordringen, at vores dygtige folk bliver i de udenlandsk ejede virksomheder i stedet for at starte for sig selv. Og derfor får vi ikke for alvor kapitaliseret på det potentiale, vi har.”

Sådan beskriver Vækstfondens direktør, Christian Motzfeldt, det billede, som fondens seneste analyse tegner af Danmarks aktuelle situation inden for området af mobilteknologi. Analysen viser nemlig et marked med enorm omsætning og uanede muligheder – men med en mindre startup-aktivitet end på mange andre teknologiområder.

Et marked af uanede dimensioner

Grundet en meget kompleks og forgrenet struktur er det umuligt at sætte nøjagtige tal på teleindustriens omsætning og betydning,

men flere indikatorer vidner om dimensionerne. Betragter man den vestlige verdens nationale teleselskaber, der ofte er statsligt ejede eller tidligere var statsligt ejede, udgør deres omsætning typisk mellem en og tre procent af landets BNP. Og hertil skal så lægges omsætningen hos andre teleoperatører, omsætningen på hardware og software hos de store terminalproducenter, omsætningen hos mindre virksomheder, der udvikler og sælger software, samt den omsætning, der kommer, når forbrugere køber en telefon uden om operatøren. Et marked der skal ses i lyset af, at Nokia, SonyEricsson og Motorola alene omsætter for mere end 700 milliarder kroner på det globale marked årligt.

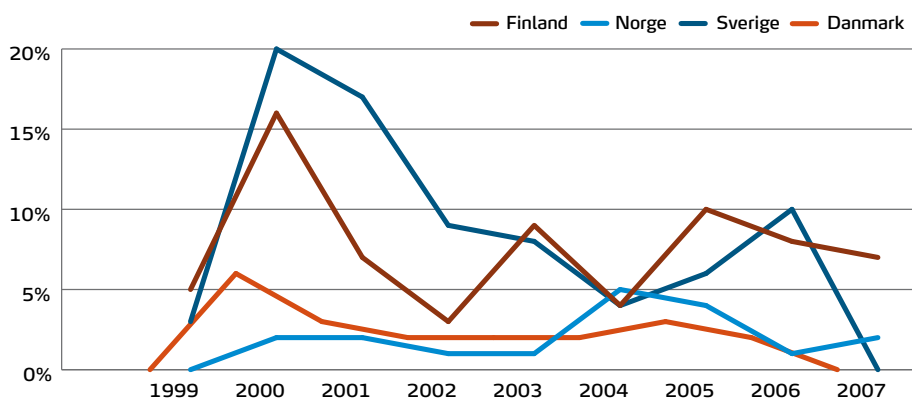
I Danmark udgør omsætningen inden for fastnet, mobil, internet og infrastruktur ca. tre procent af BNP. Og lægger man hertil omsætningen hos ovennævnte aktører, hvoraf den danske del af Nokia alene omsætter for tre milliarder kroner er et solidt estimat, at teleindustrien i Danmark udgør mere end fem procent af BNP.

Mange forskellige aktører


Analysens respondenter er enige om, at potentialet til at skabe dansk vækstsucces i høj grad findes. Men de pointerer også vigtigheden af at kigge på forskellige dele og nicher i et marked med meget forskelligartede aktører. Industrien for mobil teknologi har nemlig en kompleks værdikæde med mange forskellige aktører.

I den ene ende findes hardware-producenter, der fremstiller mobiltelefoner og udstyr til infrastruktur. Hertil kommer software-producenterne, der udvikler og

FÅ VENTUREINVESTERINGER I MOBILTEKNOLOGI



GENNEMSNITLIGT SET LIGGER DANMARK LANGT EFTER SVERIGE OG FINLAND, NÅR MAN SER PÅ VENTUREINVESTERINGER INDEN FOR MOBILSEKTOREN.



Teleindustrien er over de seneste årtier blevet en af verdens største industrier – og en stadig større del af væksten stammer fra mobil teknologi. Hver måned fødes nye vækstkometer på den mobile teknologiske scene – og nogle af dem kan blive danske.

fremstiller software til muliggørelse af kommunikation og afvikling af trafik, efterfulgt af en voksende skare af aktører, der udvikler services og applikationer til mobilen. Det kan være indholdsproducenter og ejere af mobilt indhold, men også såkaldte ”content aggregators”, der køber indhold og sælger det videre til operatørerne, så de kan tilbyde det på deres portaler. Indholdsproducenterne har hidtil været afhængige af enten at få deres indhold eller applikation direkte på mobiltelefonerne, hvilket stort set ikke har været muligt for mindre uafhængige aktører, eller at få adgang til operatørernes portaler, så forbrugerne har kunnet hente indholdet ad den vej. Og endelig står der mellem forbrugerne og disse tre forskellige typer af producenter selve operatørerne – både de traditionelle teleselskaber og de nyere aktører, der leverer virtuelle mobile netværk (MVNO).

Værdikæden ændres

I det billede er specielt de sidste to dele interessante for Danmark, mens hardwareområdet er nærmest umuligt at skabe nye succeser på.

”Muligheden ligger i at udvikle og skabe nye muligheder på software- og applikationssiden, hvor vi blandt andet qua vores eksisterende vidensniveau og tradition for brugerrevet innovation har et rigtig godt udgangspunkt,” vurderer Christian Motzfeldt.

Det forhold skyldes ikke mindst, at den traditionelle værdikæde inden for mobil teknologi er under forandring. Hidtil har forbrugerne kun haft adgang til indhold på mobilen fra operatørernes WAP-portaler.

Det har givet de store producenter og teleselskaber en massiv dominans i at vælge, hvad der kunne komme ud til forbrugerne. Men med udviklingen af 3G-nettet og det mobile internet kan forbrugerne nu gå på nettet med deres mobil og hente det indhold, de normalt plejer at anvende fra deres PC.

Således vil markedet i fremtiden blive stadig mere brugerdrevet og vil dermed give plads til nye aktører. Og da de traditionelle aktører samtidig skal ud og kæmpe om deres plads i det fremtidige marked for mobile teknologier ved at købe adgang til de applikationer, som forbrugerne vil have, og de platforme, som kan håndtere dem, vil nye virksomheder kunne vokse med raket fart. Også i Danmark.

Få start-ups

Her står vi så blot over for det forhold, at startup-niveauet i Danmark er lavt. Og det er faktisk en udfordring, vi deler med de øvrige nordiske lande.

Vækstfondens analyse viser nemlig en ventureaktivitet, der er faldende og i 2007 var på det næstlaveste niveau siden 2000.

”I forhold til de perspektiver, der er i sektoren, er udviklingsniveauet relativt lavt – og selv i årene lige efter it-boblens brist lå niveauet højere end i dag. Den tendens ser vi dog også i de øvrige regioner, vi sammenligner os med, om end tallene vidner om en lidt større tilbageholdenhed i Norden end resten af Europa og USA,” fortæller Christian Motzfeldt.

Lys forude

Heldigvis synes der at være lys for enden



DANMARK HAR ET STÆRKT VIDENGRUNDLAG INDEN FOR MOBIL TEKNOLOGI. HELE GSM-NETTET HAR RØDDER I DANSK FORSKNING OG I DAG HAR MANGE AF DE GLOBALT LEDENDE AKTØRER PÅ OMRÅDET PLACERET DERES UDVIKLINGS-AFDELINGER I DANMARK. SET UD FRA ET VENTURESYNSPUNKT ER UDFORDRINGEN, AT VORES DYGTIGE FOLK BLIVER I DE UDENLANDSK EJEDE VIRKSOMHEDER I STEDET FOR AT STARTE FOR SIG SELV. OG DERFOR FÅR VI IKKE FOR ALVOR KAPITALISERET PÅ DET POTENTIALE, VI HAR, direktør Christian Motzfeldt, Vækstfonden

af tunnelen. For markedet vil eksplodere. Og fra flere respondenter i analysen lyder vurderingen, at Danmark vil komme med i leverandørfeltet af fremtidens venturefinansierede vækstsucceser inden for industrien af mobil teknologi.

”I udarbejdelse af analysen har vi talt med såvel operatører, mobilproducenter, forskere, analytikere og investorer, der over en bred kam vurderer, at vi i Danmark både har det teknologiske vidensniveau til at være med og investorerne til at finansiere det. Så potentialet er der. Udfordringen er blot at få kickstartet udviklingen,” fastslår Christian Motzfeldt.



ZYB-CASE:

Det åbne spil om den mobilessoftware

Danmark kan gøre sig gældende på det mobile område som indholdsleverandør. Men det kræver, at vi hurtigt kan mande op med velkvalificeret, udenlandsk arbejdskraft mener grundlæggeren af den danske mobilsucces Zyb, Tommy Ahlers.

Spillet om indholdet til de mobile platforme er i fuld gang. Og kortene bliver givet med stadig større hast. Danmark har muligheden for at gøre sig gældende som indholdsleverandør. Men det kræver, at vi finder løsninger på, hvordan vi tiltrækker talentfulde udlændinge. For ellers er spillet færdigt, inden Danmark får plads ved bordet.

Sådan ser grundlæggeren af den danske mobilsucces Zyb på Danmarks muligheder for at gøre sig gældende på den globale mobilscene.

”Vores fordele som mobilnation er vores gode – men lille – hjemmemarked, hvor alle har internet og mobiltelefon. Innovation fødes af, at man kan opleve problemer med – og stille spørgsmål til – eksisterende produkter og ydelser. Og vi er innovative herhjemme,” mener Tommy Ahlers.

Hans egen virksomhed Zyb opstod netop som en undren over den klassiske mobiltelefons adressebog, som efter Ahlers mening var alt for en-dimensionel. Zybs adressebog interagerer blandt andet med Google Maps og Facebook. Brugeren får automatisk opdateret sine adresser, deler kalender med vennerne, ser hvor kontakterne befinder sig etc.

I dag – tre år efter etableringen – er den 20 mand store virksomhed solgt til det globale teleselskab Vodafone. Vækstfonden var indirekte investor gennem ventureselskabet Nordic Venture Partners.

Attraktive fremmede

Zybs adressebog er en åben platform, som i dag har ca. 300.000 brugere over hele verden. Det er Tommy Ahlers håb, at millioner af mennesker fremover gratis kan anvende den intelligente, mobile adressebog.

”Mobilsoftware er i dag andet og mere end spil og ringetoner. Det er nu også services, som teleoperatørerne slås om at tilbyde abonnenterne. Det kan vi også lave i Danmark. Ikke operativsystemer – der er løbet kørt. Men services til giganter som Nokia etc. kan vi levere indhold til herhjemme. Det kræver imidlertid først og fremmest, at vi koncentrerer vores eksisterende kræfter på mobilområdet og får gjort Danmark attraktivt for dygtige udlændinge,” mener Tommy Ahlers.

Udviklingen går nemlig nu så ufatteligt hurtigt, at Danmark efter Tommy Ahlers mening ikke kan nå at udvikle kompetencerne organisk.

”Vi har simpelthen ikke tid til, at IT-universitetet eksempelvis først skal etablere og udbyde en uddannelse i mobilteknologi. Så er toget kørt,” mener den tidligere McKinsey konsulent.



VORES FORDELE SOM MOBILNATION ER VORES GODE – MEN LILLE – HJEMMEMARKED, HVOR ALLE HAR INTERNET OG MOBILTELEFON. INNOVATION FØDES AF, AT MAN KAN OPLEVE PROBLEMER MED - OG STILLE SPØRGSMÅL TIL – EKSISTERENDE PRODUKTER OG YDELSER. OG VI ER INNOVATIVE HERHJEMME, CEO i ZYB, Tommy Ahlers

Det eneste rigtige er ifølge Zyb-stifteren, at Danmark får gjort op med det eksisterende skattesystem og får gjort landet attraktivt for udenlandske kompetencer.

”Det er den hurtigste vej. Og alle andre veje tager for lang tid, hvis vi skal gøre os gældende på mobilområdet,” vurderer Ahlers.

Den lille danske spiludviklervirksomhed, Powerhouse Games, ligger foran giganter som Game Loft og EA Games med at udvikle spil til Apples iPhone og Itouch. Midlet er hårdt arbejde, snurrige hjerner og et godt internationalt netværk.

POWERHOUSE GAMES-CASE:

Dansk startup-virksomhed slår spilgiganter

Med en baggrund i molekylær biologi stod det ikke ligefrem i stjerneerne, at Peter Præst skulle etablere en af Danmarks mest lovende virksomheder inden for mobilteknologi. Men faktum er, at hans nystartede spiludviklingsvirksomhed, Powerhouse Games, har slået de internationale giganter af banen på casual spil til Apples iPhone og iPod Touch via Apples nyetablerede App Store. Udfordringen for den lillebitte enkeltmandsvirksomhed er selvsagt at fastholde og udbygge sin position. Det kræver flere hænder, nye partnere og frisk venturekapital.

“Blitzmode”

”Lige nu er vi i ”blitzmode”, for alting skal gå stærkt nu. Det er ambitionen at udvide medarbejderstaben fra mig, en medarbejder og en freelancer til 15-20 ansatte i 2009, vi skal have afsluttet nogle meget spændende kontraktforhandlinger med nye internationale forretningspartnere, og vi skal have flere finansielle partnere med for at gøre væksten mulig,” lyder det fra grundlæggeren over mobiltelefonen. En stor opgave, men den driftige biolog har allerede bevist, hvor langt man kan komme med talent, hårdt arbejde og 24 måneder.

Peter Præst har med egne ord altid været fascineret af ”sære devices”. Han udviklede allerede spil i studetiden og fik en ”corporate”- karriere med at udvikle spil og it-infrastruktur til blandt andet interaktivt tv, inden han sprang ud på dybt vand i 2006.

Hurtigt i førertrøjen

”Her åbnede jeg Powerhouse Games i min lejlighed, fortæller Peter Præst,” der selv er meget stolt over at bære førertrøjen inden for mobile spil til Apples platforme.

– Der er mig og min cykel mod flere hundrede udviklere hos branchens internationale spillere, siger Præst med et grin.

Aftalen med Apple er derimod ikke til at grine af. Peter Præst rendte selv den kreative computergigants UK-kontor på dørene med sine ideer. Og godt hjulpet på vej af sit personlige netværk fik han i foråret Apples underskriver – som den første Apple-certificerede udvikler – på en aftale om levering af mobilspil til gigantens App Store. Analytikere vurderer, at App Store vil omsætte for over en milliard dollar i 2009. Allerede nu har webbutikken præsteret 65 millioner downloads.

[MOBILE SPIL BLIVER CENTRALE I DEN VIRALE KAMP OM KUNDERNE.](#)

CEO i Powerhouse Games, Peter Præst

Viral kamp

Fire spil har Powerhouse Games allerede leveret og yderligere tre kommer til senere på året. Det kan ingen af de store spiludviklere matche. Udover den lukrative aftale med



Apple ser Peter Præst også mobilspil som et stærkt våben i mærkevare virksomheders kamp om kunderne.

– Mobile spil bliver centrale i den virale kamp om kunderne. Forestil dig et spil som en del af lanceringen af en ny bil. Et spil der linker direkte til video og websites og kan ses af millioner af øjne, forklarer Peter Præst, der også forhandler med de store tegnefilmsproducenter for at bruge deres figurer i Powerhouse Games casual spil.

Hvor de store spilproducenter udvikler spil til særlige målgrupper, eksempelvis børn og unge, laver Powerhouse Games spil til alle, der slapper af i lænestolen eller i toget med mobiltelefonen som underholdning. Peter Præst, en medarbejder samt en freelancer på fuldtid har udviklet en ”framework platform”, der gør det muligt at ”oversætte” Powerhouse Games’ spil til eksempelvis PC, Nintendo og Mac.

Globale trends

Tale og sms udgør i dag 95 procent af det, vi bruger mobiltelefonen til. Men andelen er faldende og vil i fremtiden blive markant mindre. Ikke fordi vi vil tale mindre i telefon og sende færre sms'er. Men fordi mere og mere af vores øvrige adfærd som forbrugere vil komme til at foregå via mobilen.

"Det mobile marked har hidtil været drevet af teknologien og dens muligheder. Der har været et stort behov i markedet, og penetrationen har været massiv – for alle mennesker har jo efterhånden en mobiltelefon. Men tale og tekst har nu nået et mætningspunkt, og nu er det andre ting, der skal til for at generere behovet ude hos den enkelte forbruger," forklarer direktør i Uconnect Jens Uggerhøj.

Som kommerciel rådgiver for små og mellemstore teknologivirksomheder har Jens Uggerhøj bedre end de fleste fingeren på pulsen om, hvad der driver det mobile marked. Og han er ikke sen til at sætte fremtiden i forbrugernes tegn.



DET MOBILE MARKED HAR HIDTIL VÆRET DRE-
VET AF TEKNOLOGIEN OG DENS MULIGHEDER.
DER HAR VÆRET ET STORT BEHOV I MARKEDET
– FOR ALLE MENNESKER HAR JO EFTERHÅNDEN
EN MOBILTELEFON. MEN TALE OG TEKST HAR
NU NÅET ET MÆTNINGSPUNKT, OG NU ER DET
ANDRE TING, DER SKAL TIL FOR AT GENERERE
BEHOVET UDE HOS DEN ENKELTE FORBRUGER,
Direktør i Uconnect Jens Uggerhøj

Adfærd skal gøres mobil

"På de store linier kan man sige, at markedet i disse år skifter fra at være teknologidrevet til at være forbrugerdrevet. Moderne mobiletelefoner har de funktioner, der skal til, og udbredelsen af 3G-netværket og det mobile internet gør det muligt at udnytte dem. Teknologien er med andre ord på plads, og derfor vil det nu være forbrugernes adfærd, der vil drive store dele af udviklingen," vurderer Jens Uggerhøj.

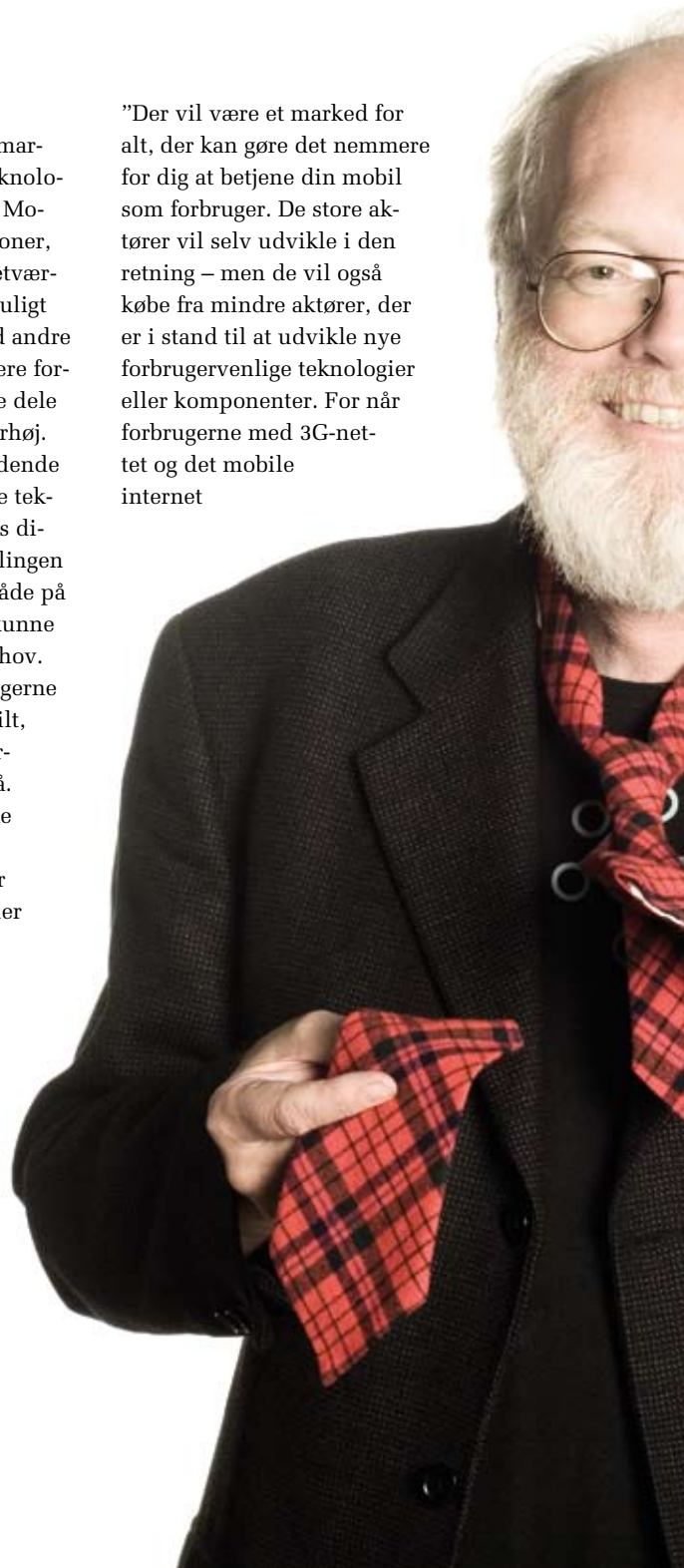
Det scenarium nikkes der genkendende til fra en anden af Danmarks førende teknologiske eksperter, Innovation Labs direktør, Preben Mejer. Han ser udviklingen medfører masser af nye produkter både på hardware- og software-siden for at kunne imødekomme trends og forbrugerbehov.

"Grundlæggende så ønsker forbrugerne jo at kunne gøre alt det samme mobilt, som de i dag gør derhjemme. Og derfor er det den vej, udviklingen vil gå. Det vil kræve tilpasning af de fysiske enheder og udvikling af masser af software, platforme og applikationer på indholds- og trafikside," fortæller Preben Mejer.


Fire tommer i alles lommer

På hardware-siden vil udviklingen ifølge Preben Mejer bl.a. ske inden for skærmene, der vil tilpasse sig et leje omkring fire tommer. Den nye brug af mobilen vil kræve de størst mulige skærme, og fire tommer er ifølge Preben Mejer grænsen for, hvad der passer i en standardlomme. Skærmene vil samtidig blive berøringfølsomme for at kompensere for den trods alt lille størrelse i forhold til hjemme-pc'en. Brugerervenlighed er sat i fokus.

"Der vil være et marked for alt, der kan gøre det nemmere for dig at betjene din mobil som forbruger. De store aktører vil selv udvikle i den retning – men de vil også købe fra mindre aktører, der er i stand til at udvikle nye forbrugervenlige teknologier eller komponenter. For når forbrugerne med 3G-nettet og det mobile internet



Den teknologiske udvikling har gjort det muligt at få alt lige fra tegneserier og film til selvangivelser ned på den mobile platform. Og mere er på vej, lover eksperterne. Forretningsmulighederne er enorme.



selv kan vælge mere og mere af indholdet, vil brugervenlighed være alfa og omega for de store producenter i kampen om kunderne,” forklarer Preben Mejer.

Han forventer samtidig en helt ny familie af letvægtsmobile enheder, som er født til at være på nettet hele tiden i forhold til nutidens pc'ere, der er skabt til kun at kommunikere lejlighedsvis.

Det danske potentiale

Hardware-markedet vil dog stadig være domineret af de store globale aktører, mens det danske potentiale for at skabe vækstkometer inden for segmentet for alvor ligger inden for software og applikationer.

”Den danske styrkeposition har noget med brugerne at gøre. Det gamle mantra med, at vi kan noget inden for brugerdrevet innovation, er ikke kommet af ingenting – og det vil være et omdrejningspunkt i udviklingen af fremtidens software og applikationer,” vurderer Preben Mejer.

Den analyse skal ses i lyset af, at brugerne med 3G-nettet og det mobile internet nu selv kan hente det indhold, de vil bruge på telefonen. Derfor er nye små aktører ikke længere afhængige af, at hardwareproducenter og operatører tager deres produkt med ud til forbrugerne. De kan nå forbrugerne selv og dermed åbnes en ny æra for iværksættermuligheder på det mobile teleområde. For som Jens Uggerhøj perspektiverer:

”Forestil dig, hvor meget vi i dag bruger computerne til som forbrugere – og forestil dig samtidig, at store dele af det skal genopfindes til mobilen. Så har du et billede af potentialet.”

Mere end mobiltelefoner

Med til det billede tilføjer Preben Mejer, at området for mobil teknologi og det danske vækstpotentiale langt fra skal afgrænses til mobiltelefoner, som vi kender dem. For mobil teknologi er meget mere.

”En anden del af markedet ligger for eksempel inden for det, man kalder it-i-alling og pervasive computing. Det går i bund og grund ud på, at alverdens ting bliver sat i gang

med at kommunikere sammen og agere på den information, det får. Og det er et område, hvor der sker rigtig mange spændende ting i Danmark,” fortæller Preben Mejer og eksemplificerer:

– Et godt eksempel på et spændende it-i-alling produkt er en lille sensor til bilindustrien, som den århusianske virksomhed Liwas arbejder med. Sensoren kan mærke om en vejbane er regnvåd eller isglat, hvilket kan være svært at fornemme som bilist, før det er gået galt. Men det kan den her sensor – og så kan den kommunikere med andre, så min bil for eksempel kan fortælle det til din bil, hvis du kommer kørende bagved. Det er måske ikke lige noget, man til daglig tænker over som baggrund for global kommerciel succes. Men hvis du forestiller dig, at sensoren formentlig vil blive en del af morgendagens bilcomputer og bilernes bremsesystem – og at der sælges 60 millioner biler om året, kan man hurtigt se, at der da godt kan blive en helt fornuftig virksomhed ud af det,” siger Preben Mejer og fortsætter:

”Der er masser at tage af rundt om i Danmark. Vi skal bare blive ved med at sætte os i forbrugernes og brugervenlighedens sted og så udvikle derud af.”

DEN DANSKE STYRKEPOSITION HAR NOGET MED BRUGERNE AT GØRE. DET GAMLE MANTRA MED, AT VI KAN NOGET INDEN FOR BRUGERDREVT INNOVATION, ER IKKE KOMMET AF INGENTING – OG DET VIL VÆRE ET OMDREJNINGSPUNKT I UDVIKLINGEN AF FREMTIDENS SOFTWARE OG APPLIKATIONER.

Direktør i Innovation Lab, Preben Mejer

UNWIRE-CASE:

Blandt globale giganter

Det er David mod Goliath at entrere på markedet for mobile platforme. Men danske Unwire har med en innovativ forretningsmodel vist, at det som lille dansk virksomhed godt kan lade sig gøre at slå igennem på et marked præget af globale giganter.



Vi tør!

Udover kapitaltilførsel har Unwire nydt godt af faglig sparring fra innovationsnetværket omkring virksomheden. Peter Bredgaard har kun positive ord tilovers for den såkaldte mobilklynge og holdningen i samfundet til iværksætteri generelt:

"I Danmark er det både kulturelt og politisk påskønnet, at nu starter jeg sgu' en virksomhed! Vækstfonden er et godt eksempel på den opbakning. Jeg synes ikke, man mærker nogen Jantelov – det er i orden at stikke næsen frem."

"Opskriften på succesen er at se den gode ide – og så at kombinere den med de rette folk og en hel masse mod, for du skal jo turde at gå efter det. Men hvis du kan det, tror jeg, der er plads på de fleste markeder, uanset hvor store giganter der sætter dagsordenen. Det mobile marked er enormt, og der er utallige muligheder for dem, der kan se en plads på markedet og tør gå efter den."

Sådan lyder den forfriskende vurdering af danske iværksætteres muligheder på det globale, mobile marked fra direktøren i danske Unwire, Peter Bredgaard. Og intet bevis er bedre for påstanden end Unwires egen historie. Siden Unwire blev dannet af iværksætteren Jacob Aisen i 1999, er virksomheden vokset markant. Unwire tæller i dag ca. 100 m/k i Danmark, Sverige og Norge og har et kundekartotek, der rummer nogle af de førende nordiske teleoperatører, medievirksomheder og kendte brands som f.eks. TV2 Danmark, Danmarks Radio, Egmont, Telenor, Coca-Cola, SAS og Nordea.

Unwire er en såkaldt 'mobile enabler', der leverer platforme til at håndtere kommunikationen mellem indholdsudbydere og mobilkunder. Løsningerne spænder lige fra udvikling af mobile kampagner og mobilportaler over integrerede platforme til håndtering af interaktivt tv såvel som håndtering af betalinger relateret til mobile betalingstjenester.

Forretningsmodel: Vi vil tjene penge

Unwire håndterer hver måned millioner af mobiltransaktioner, der bidrager til en konstant vækst og en solid indtjening. Et forhold, som Unwire har fokuseret på fra dag et.

"Fokus for Unwire har fra starten helt specifikt været at være en lønsom virksomhed," fortæller Peter Bredgaard, der blev ansat som direktør i 2007 i forbindelse med, at en ny investor kom ind i virksomheden.

"Stifteren af virksomheden har villet lave overskud og har altid drevet forretningen på gældfri basis, hvilket har opbygget en stor troværdighed i markedet og en økonomisk uafhængighed. Blot fordi man har omsætning og kunder, har man ikke nødvendigvis en lønsom forretning – og det vil vi have," fortæller Peter Bredgaard.

Den måde at drive forretning på, erkender han dog, ikke er uden ulemper. For når der også på kort sigt skal være overskud, er der ellers fristende muligheder, du undervejs må sige nej til.

"Vores forretningsmodel gør, at vi helt klart har været mindre risikovillige i vores satsninger og er gået glip af nogle muligheder for at tjene penge. Men omvendt har vi hele vejen igennem haft den stabilitet, der for os er et kodeord til succes," siger Peter Bredgaard.

Investor boosted lønsomheden

En forretningsmodel baseret på en gældfri forretning kombineret med store vækstplaner nødvendiggør i de fleste tilfælde tilførsel af risikovillig kapital. I Unwires tilfælde i form af et mindre investeringsselskab med brancheindsigt.

"Det var ikke ret mange penge, men nok til at Unwire kom i gang – og det gjorde, at vi hurtigt fik en omsætning og blev lønsomme," siger Peter Bredgaard.

Lønsomheden har gjort, at Unwire ikke havde behov for yderligere kapitaltilførsel frem til 2007, hvor de valgte at lukke en større investor ind for at kunne udrulle potentialet.

Tålmodig investor

I efteråret 2007 gennemgik Unwire således en transformation med LD Equity, som blev investor og nu ejer 66 procent af virksomheden, mens stifteren og ledende medarbejdere ejer resten.



”Det var vigtigt for grundlæggerne at få en tålmodig investor ind, som vil være med til at udvikle virksomheden organisk. Men endnu vigtigere var det at finde en investor, der har de muskler, der skal til, for at vi kan blive en international succes – og det har LD Equity,” understreger Peter Bredgaard.

Og et kig ind i fremtiden tegner lovende for Unwires vækstplaner og mulige succes. På trods af den store popularitet, som mobiltjenester har opnået gennem de seneste seks-syv år, spår eksperter nemlig, at det først bliver i de kommende år, at markedet for alvor får sit gennembrud og mobiltelefonen bliver en mediekanal, der tages lige så seriøst som tv og internettet.

”Unwire er klar til at sætte nye standarder for, hvorledes man kommunikerer med og anvender mobiltelefonen fremover. I det store billede er vi stadig en lille virksomhed, men vi har potentialet og er klar til at blive store,” fortæller Peter Bredgaard.

Mennesker er den største udfordring

Den allerstørste udfordring for Unwire er og har altid været, at tiltrække den dygtigste arbejdskraft. Og princippet om lønsomhed har betydet, at de tre stiftere har gjort en dyd ud af at få det bedste ud af de ressourcer, der er råd til at bruge på rekruttering. Konkret har Unwire åbnet en outsourcing-afdeling i Ukraine med ni m/k, samtidig med, at virksomheden har etableret en såkaldt mentorordning, hvor relativt nyuddannede dataloger og inge-

niører opsnappes fra universitetet og skoles hos Unwire.

”Vi er klar over, at folk i deres første job er uerfarne og skal dygtiggøres, og det ansvar tager vi på os. Vi vil gerne være en attraktiv arbejdsplads for nyuddannede – og til gengæld får vi så også nogle meget dygtige og attraktive medarbejdere, der er afgørende for, at vi på sigt kan indfri vores mål om reel international succes,” siger Peter Bredgaard.

Positionering

”Vi har set, at vi skal positionere os som bindeleddet mellem alle de mobile operatører i norden og indholdsleverandørerne. På den måde bringer vi os i en win-win situation, hvor alle parter får succes med deres ydelser. Vores styrke er vores brede produktsuite med sammenhængende løsninger på tværs af platforme.”

Peter Bredgaard, Unwire

Kommentar:

**Jan Hoffmann,
Mobile Manager/Interaktiv, TV2**

”Unwire har en unik kompetence inden for at drive især tv-programmer – med det kraftige load af stemmer, som sms-afstemninger i programmer som eksempelvis ”Vild med dans” genererer. Vi skal være 100 procent sikre på, at den platform, vi benytter, kan håndtere den massive mængde af sms-stemmer i sekundet. Og her har Unwire vist, at de leverer den bedste og mest stabile løsning.”

Desuden er Unwire en teknisk funderet virksomhed, hvor vi oplever, at mange andre aktører har større fokus på salg og marketing. Så alt i alt er Unwire den bedste kombination af kvalitet og den rette pris.

Mobile trækkroge

Alle aktører i værdikæden er enige om, at væksten inden for mobil teknologi bliver



SELVOM DET ER ET ENORMT MARKED, SKAL MAN PASSE PÅ IKKE AT VÆRE NAIV. TAGER DU FOR EKSEMPEL ET OMRÅDE SOM SPIL ER LEVETIDEN OFTE GANSKE KORT – OG DET ER NOGET VI MÅ VI TAGE HØJDE FOR. MEN KAN VI BÅDE SE ET MARKED OG EN ADDED VALUE FOR SLUTBRUGEREN, ER VI DA ABSOLUT INTERESSE-

SEREDE, siger Jacob Rybak-Andersen, Via Venture Partners A/S

Markedet for mobilteknologi er enormt og i massiv vækst. Den globale omsætning alene på mobil underholdning ventes at vokse fra 20,7 milliarder dollar i 2007 til 64,8 milliarder dollar i 2012. Og det er blot et enkelt segment af mange i industrien. Men udviklingen kommer ikke af sig selv. Hvem skal drive den?

”Der er masser af muligheder i den danske underskov af teknologiske nichevirksomheder. Men de kan ikke drive udviklingen selv. For der skal penge på bordet til at omsætte teknologien til reelle produkter – og herfra videre til kommercielle succeser. Så vi skal med andre ord have investorerne på banen til at drive væksten. Men hvis de vitterligt er derude, er de altså ikke kommet ud af busken endnu,” vurderer teleeksperten John Strand, Strand Consult, i sin bedømmelse af det danske marked for mobil teknologi.

Koldt vand i blodet

Den begrænsede startup-aktivitet bevidner, at investorerne ikke har taget depechen i den danske industri for mobilteknologi. Men fra investorsiden slår man koldt vand i blodet. Investorerne vil gerne være med til at trække væksten, men tilbagebetalingen skal være til at få øje på – og det er ikke altid let, mener de.

”Selvom det er et enormt marked, skal man passe på ikke at være naiv. Du skal kunne se den nøjagtige value adding, dit produkt giver ude hos slutbrugeren – og du skal kunne se det i et væsentligt omfang. Tager du for eksempel et område som spil er levetiden ofte ganske kort – og det er noget, vi må vi tage højde for. Men kan vi både se et marked og en added value for slutbrugeren, er vi da absolut interesse-

rede,” fortæller Jacob Rybak-Andersen fra danske Via Venture Partners A/S.

Hertil kommer ifølge en anden af de danske investorer med mange risikovillige millioner dedikeret til området, at timingen endnu ikke har været helt rigtig.

”Vi kigger naturligvis hele tiden på de grundlæggende forudsætninger i markedet og de aktuelle muligheder, der er at investere i. For det er et marked, hvor nogle investorer utvivlsomt vil opnå markante tilbagebetalinger inden for en kort tidshorisont. Men når det er sagt, så er det også vores vurdering, at timingen indtil nu ikke har været rigtig. Og hvis den ikke er det, så taber man jo altså sine penge i stedet for,” påpeger managing partner i Sunstone Capitals Technology Ventures, Jimmy Fussing.

De store bestemmer stadig

At timingen endnu ikke er gunstig, skyldes ifølge Sunstone-partneren, at det stadig er svært for nye aktører at komme udenom mobilproducenterne og teleoperatørerne. Og dermed lægger du som ny aktør reelt set din succes i andres hænder.

”3G-nettet og det mobile internet vil på sigt komme til at gøre det muligt. Men vi er der ikke endnu. For selvom det i princippet kan lade sig gøre for forbrugeren selv at hente sit indhold, er der to faktorer, der sender magten tilbage til de store spillere: For det første findes der så mange forskellige platforme, at det er svært at få volumen uden de stores velsignelse. Selvom mange applikationer er tilgængelige, kræver de forskellige pre-installments for at fungere, og det gør dem besværlige for slutbrugeren. Og for det andet er det operatørerne, der sidder med hele billing-delen og dermed til syvende og sidst med kunderelationen. Der

enorm. Men hvem skal drive udviklingen?

er ingen tvivl om, at hele værdikæden står foran at blive ændret, og at vi så småt har taget hul på det. Men som værdikæden stadig er, er det som venturefinansieret selskab svært at komme uden om mobilaktørerne og teleoperatørerne,” forklarer Jimmy Fussing.

John Strand er dog ikke enig. Han henviser til udviklingen i andre lande, hvor han oplever, at den fremtid, som Jimmy Fussing beskriver, allerede er i gang.

”Jeg har over 140 mobiloperatører samt alle de store isenkramleverandører på min kundeliste. I løbet af et år arbejder jeg i over 30 lande, og den research, som min virksomhed laver, viser, at der er større sandsynlighed for at skabe en virksomhed med positivt cash flow i mobilverdenen, end der er for at skabe en tilsvarende virksomhed, som fokuserer på internettet. I dag er der hundredvis af succesfulde virksomheder i den mobile verden, og der kommer hele tiden flere til. Det triste er bare, at det er meget få af dem, der er danske – og det på trods af, at vi kommer fra en region, hvor der er meget fokus på det mobile område. Det, som angiveligt skulle være fremtiden, er i fuld gang i andre lande,” mener John Strand.

Mens vi venter...

Uanset hvad situationen er, er det et vigtigt spørgsmål, hvem der skal drive tingene fremad i Danmark, indtil venturekapitalen for alvor kommer i spil. Operatørerne og de store mobilproducenter kan være en mulighed. Og på den front ser man da også mange store spillere være meget aktive med at opkøbe nye og tilbyde nye services fra nye aktører og selv investere i flere af de lovende selskaber.

”Med en ændret værdikæde vil operatø-

ernes enevælde være forbi inden for mange år, samtidig med at mobilproducenterne skal til at tjene penge på andre måder. Og derfor er de selvsagt meget aktive med at sikre deres fremtidige forretning. Det gør de blandt andet ved selv at udvikle voldsomt og gå ind på andre områder – og ved at investere i de nye virksomheder, der ser ud til at have morgendagens forbrugerfavoritter. Og på den måde er de store stadig de aktive drivere af hele sektoren, som det ser ud lige nu,” vurderer John Strand.

Scenariet har på flere måder sendt sektoren i venteværelset. Men den udvikling kan på sigt faktisk vise sig at være gunstig for Danmarks muligheder for at skabe venturesucceser i forhold til udlandet, vurderer Vækstfondens direktør:

”Flere af de verdensledende aktører som for eksempel Nokia har store udviklingsafdelinger placeret i Danmark. Det gør, at vi er i stand til at holde det høje teknologiske og innovative niveau og på sigt skabe et brand af ”technology invented in Denmark”. Og de to ting vil være fordelagtige for nye aktører, når først markedet eksploderer, og vi for alvor får gang i de store investeringer,” understreger Christian Motzfeldt.

Bulk provider åbner ballet

Hvornår det sker, er af gode grunde uvist. Men ingen af aktørerne er i tvivl om, at scenariet kommer inden for de nærmeste år.

”Mobilmarkedet vil blive revolutioneret over de næste to-syv år. Men 100 milliarder dollar-spørgsmålet er jo så, hvornår timingen er helt rigtig for at gå aktivt ind og investere. Vi ser rigtig mange cases. Hver gang mangler der nogle enkelte byggeklodser, men som tiden går, er det tydeligt, at der er



MOBILMARKEDET VIL BLIVE REVOLUTIONERET OVER DE NÆSTE TO-SYV ÅR. MEN 100 MILLIONER DOLLAR-SPØRGSMÅLET ER JO SÅ, HVORNÅR TIMINGEN ER HELT RIGTIG FOR AT GÅ AKTIVT IND OG INVESTERE. VI SER RIGTIG MANGE CASES. HVER GANG MANGLER DER NOGLE ENKELTE BYGGEKLODSE, MEN SOM TIDEN GÅR, ER DET TYDELIGT, AT DER ER FÆRRE OG FÆRRE ARGUMENTER, DER TALER IMOD, siger managing partner i Sunstone Capital Jimmy Fussing

færre og færre argumenter, der taler imod,” fortæller Jimmy Fussing og tilføjer:

”Ballet er for alvor åbnet den dag, vi får en ægte bulk provider på operatørsiden – en 3G-mobiloperatør, der ikke har intentioner om at tjene penge på applikationer, men udelukkende på at levere rå båndbredde. Når den tid kommer, vil investorerne uden tvivl være med til at drive markedet endnu videre.”



CAMPFIRE-CASE:

Global virtuel kioskbasker

Danske Campfire er først i verden med tegneserier til mobiltelefonen. Med produktet Catooz kan mobilbrugere overalt i verden snart læse tegneserier med lyd og effekter på den håndholdte. Markedet er enormt, og de første kunder har meldt sig i "kiosken".

Hvad har tegneseriehelte som Spiderman, Hulk, Ironman og X-men til fælles? De er en del af tegneseriegiganten Marvels "heltefamilie". De er alle mega biografhits. Og sidst, men ikke mindst, er heltene en af succesfaktorerne bag den danske virksomhed Campfire. Virksomheden tilbyder som de første i verden snart klodens mobilbrugere tegneserier med lyd og effekter direkte til mobiltelefonen.

"Markedet for trykte tegneserier er generelt tyndet ud. Men markedets kærlighed til historierne vokser. Bare se på antallet af solgte biografbilletter fra Spiderman til Batman. Blockbuster-succeserne er megadrivere for vores forretning. Vi gør intet min-

dre end at revitalisere det globale marked for tegneserier," fastslår administrerende direktør Glenn Lau Rentius fra Campfire.

Den lille vækstvirksomheds hovedprodukt, Catooz, møder mobilbrugeren som et lille stykke software, der downloades til mobiltelefonen. På denne måde skaber Campfire en virtuel "kiosk", hvor brugeren uafhængigt af tid og sted kan underholde sig med de kulørte striber på den håndholdte. Vel at mærke tilsat såvel lyd, interaktivitet og andre effekter som den moderne mobilteknologi giver muligheder for.

"Bag softwaren ligger et avanceret produktionssystem, hvor vi populært sagt fra scratch flytter tegneseriehæftet til det moderne medie. Vi tager historien, skiller den ad og sætter den sammen igen med forskellige effekter," forklarer Glenn Lau Rentius.

Underholdningstræ

Han og partneren Poul Kofod er skåret ud af det samme underholdsmæssige træ, men fra forskellige grene.

Hvor Glenn Lau Rentius var en af foregangsmændene inden for kommerciel radio

i Danmark, blandt andet som direktør for Radio Uptown og Radio 2, har Kofod en baggrund som reklamefotograf, filmmand og udvikler af tegneseriekarakterer. De mødtes i selskabet Egmont Emagination, hvor Poul Kofod var direktør, formede ideen om det fælles selskab i 2003 og fik navneskilt på døren i 2007 med Vækstfonden og Tingskifte Invest som venturepartnere. Siden er udviklingen eksploderet.

I maj i år skrev verdens største tegneserieproducent, Marvel, under på en aftale med den ti-mands store virksomhed.

"Marvel ville se et trykt tegneseriehæfte forvandlet til en mobil tegneserie inden for en uge. Det lykkedes, fordi vi har en aftale med et kinesisk animationsfirma med over 100 tegnere, der "gentegnede" historien, så den passede til den mobile platform," siger Glenn Lau Rentius, der i samme åndedrag fortæller, at Marvel var "igennem hele teknologien og forretningen", før de skrev under på samarbejdet.

Oprindeligt forestillede de to stiftere sig, at alle tegneserierne skulle "gentegnes" i udlandet fra trykte serier. Men det var ikke tilfældet.

"Vi får tegneserierne direkte fra Marvel – også før de bliver udgivet på tryk i Europa – på elektroniske filer. Derfor klarer vi det meste af produktionen i Danmark, hvor vi aktuelt producerer 20 historier om måneden," siger Glenn Lau Rentius.

Køb

en mobil tegneserie

Skriv Catooz på en sms. Send den til 1230. Så modtager du et link, hvor du gratis kan downloade softwaren.



MARVEL® CHARACTERS © 2008 MARVEL CHARACTERS, INC. ALL RIGHTS RESERVED.

Som en ægte "born global"-virksomhed har Campfire bevæget sig hastigt gennem startup-fasen og står nu over for at ekspandere og rulle ud i det meste af verden.

"Aktuelt er vi i Danmark, Norge, Sverige og Finland med Catooz, hvor vi uden noget som helst markedsføringspres allerede har skabt en meget lovende kundebase. Så vi har allerede Proof of Concept," siger Campfires direktør.

Kunderne køber en mobil tegneserie for 7,50 kroner eller mere. Et månedsabonnement koster 30 kroner.

60 procent af verdensmarkedet

At have et verdensbrand som Marvel i ryggen fremskynder selvsagt den globale udrulning. Lige om hjørnet ligger markeder som Tyskland, Østrig, Schweiz og dermed et marked på yderligere 132 millioner mobilbrugere og biografgængere mellem 12 og 30, der elsker at se heltene fra historierne.

"Vi forventer også snart at indtage Italien, Frankrig, England, Indien, Kina og Japan med mobile tegneserier. Vores produkt passer lige nu til 60 procent af telefonerne på verdensmarkedet, så forretningscasen har et kæmpe kommercielt potentiale," forklarer Glenn Lau Rantius, hvis næste opgave bliver at få flere samarbejdspartnere ombord til at realisere virksomhedens målsætninger.

"Vi er i gang med nogle meget lovende samtaler med verdenskendte indholds- og teknologipartnere. Og så skal vi også udvide investorkredsen, så vi kan realisere vores udviklings- og udrulningsplaner," fortæller direktøren, der ikke frygter afmatning i venturemiljøet.

"Vi tror meget på os selv. Produktet er unikt og markedsmulighederne fantastiske," siger Campfires direktør.



FOTO: TORBEN KLINT

MARKEDET FOR TRYKTE TEGNESERIER ER GENERELT TYNDT UD. MEN MARKEDETS KÆRLIGHED TIL HISTORIERNE VOKSER. BARE SE PÅ ANTALLET AF SOLGTE BIOGRAFBILETTER FRA SPIDERMAN TIL BATMAN. BLOCKBUSTER-SUCCESENERNE ER MEGADRIVERE FOR VORES FORRETNING. VI GØR INTET MINDRE END AT REVITALISERE DET GLOBALE MARKED FOR TEGNESERIER, fastslår grundlæggerne af Campfire Poul Kofod (tv) Glenn Lau Rantius

Glenn Lau Rantius om de danske muligheder:

Skab et fælles brand for den danske mobilbranche.

"Danske investorer, danske producenter af indhold og mobilteknologi, uddannelsesinstitutioner og politikere skal gå sammen under et fælles mobilbrand. De danske mobilkompetencer forsvinder, hvis ikke vi gør fælles sag og skaber et brand, der er let at kommunikere. Vi har innovation, design og uddannelse som brændstof. Men uden et fælles stærkt brand bliver vi aldrig andet end underleverandører."

Den spildte chance – og de nye muligheder



I den mobile teknologis barndom var Danmark blandt de ledende aktører inden for såvel hardware, software og infrastruktur. Men vi mistede førerpositionen. Hvad gik galt – og kan vi generobre en plads i verdenseliten?

Den første GSM-aftale blev underskrevet på danske grund, danske Dancall var engang en verdensledende telefonproducent, og Danmark var på alle måder med i førerfeltet af udviklere af teleinfrastruktur og trådløs teknologi.

Ser man på markedet i dag, vidner historien imidlertid snarere om forspildte chancer. Hvor Sverige har Ericsson, Finland har Nokia og Norge har Telenor, er Danmark ene i Norden om ikke at have en mastodont på telemarkedet.

Markedspotentialet er dog stadig enormt. Spørgsmålet er, hvad der skal til for, at

nogle af fremtidens mobilteknologiske vækstsucceser kommer til at være danske.

Sov i timen

”På mange måder kan man sige, at vi sov i timen, da der for alvor begyndte at komme skub i markedet. Vi havde teknologien, vi havde folkene, og vi havde egentlig også virksomhederne. Men vi var slet ikke klar til at konkurrere med de aktører, der udfordrede os. Virksomhederne var ikke kommercielt gearede, og de politiske rammer var for dårlige.”

Sådan beskriver en af Danmarks fremmeste analytikere på teleområdet, John Strand, historien om det forsvundne danske teleeventyr.

Mangel på industripolitik?

John Strand er ikke i tvivl om, at vi har mulighederne. For teleindustrien er enorm og i konstant vækst, og så har Danmark mange dygtige mennesker og en stærk vidensbase at arbejde ud fra.

”Der er mange steder, vi kan vækste. Vi har masser af dygtige folk og en hel masse små virksomheder med stærke nichekompetencer. Det er ikke intelligente hænder, vi mangler. Det er politisk opbakning og investorer,” vurderer John Strand.

Både han og flere andre af analysens respondenter er nemlig tilbageholdende med at konkludere, at vi politisk set har lært af historien. De påpeger, at en manglende industripolitik for teleområdet og tunge skattevilkår er med til at fastholde os i en svag konkurrenceposition.

”Indtil nu har der ikke været politisk vilje til at opdyrke industrien i Danmark, hvilket bedst ses ved, at vi ikke engang har en in-

dustripolitisk plan for teleområdet. Hvor vi har en industripolitik for vindmølleområdet og en hel masse andre mindre områder, har vi det ikke på teleområdet. Og den burde være et omdrejningspunkt for en målrettet udvikling af hele området,” mener John Strand.

Telepolitik for iværksættere

Den kritik lader Videnskabsminister Helge Sander dog ikke stå usagt. Han påpeger, at regeringen som en del af telepolitikken arbejder målrettet med at fremme skabelsen af nye virksomheder på området.

”Regeringen lægger stor vægt på at understøtte skabelsen af nye videnbaserede

UMTS

UMTS står for Universal Mobile Telecommunications System og betegnes ofte som tredje generation af mobiltelefoni. UMTS giver adgang til dataoverførsel med meget høj båndbredde, så det f.eks. er muligt at overføre live video via mobilnettet.

I Danmark blev der udstedt fire UMTS-licenser, der blev solgt på auktion og tilsammen indbragte staten 3,8 milliarder kroner.



INDTIL NU HAR DER IKKE VÆRET POLITISK VILJE TIL AT OPDYRKE INDUSTRIEN I DANMARK, HVILKET BEDST SES VED, AT VI IKKE ENGANG HAR EN INDUSTRIPOLITISK PLAN FOR TELEOMRÅDET. HVOR VI HAR EN INDUSTRIPOLITIK FOR VINDMØLLEOMRÅDET OG EN HEL MASSE ANDRE MINDRE OMRÅDER, HAR VI DET IKKE PÅ TELEOMRÅDET. OG DEN BURDE VÆRE ET OMDREJNINGSPUNKT FOR EN MÅLRETTET UDVIKLING AF HELE OMRÅDET.

Teleanalytiker John Strand, Strand Consult

iværksættelsesvirksomheder. Dette gør vi blandt andet gennem årlige bevillinger på 120 millioner kroner til syv danske innovationsmiljøer, der på vegne af staten kan investere risikovillig kapital i videnbaserede iværksættelsesvirksomheder og bistå med coaching og sparring gennem hele udviklingsforløbet. Sidste år blev der startet 52 nye videnbaserede iværksættelsesvirksomheder gennem innovationsmiljøerne – og IKT-virksomheder tegnede sig for en fjerdedel af disse nye virksomheder, siger Videnskabsminister Helge Sander og fortsætter:

”Generelt er det min opfattelse, at erhvervslivet ønsker færre, bredere støtteordninger inden for forskning og innovation, så virksomhederne – også de små og mellemstore – har en chance for at finde rundt i ordningerne og ikke skal sætte sig ind i et utal af støttemuligheder, som endog administreres forskelligt,” siger Helge Sander.

Fremme af mobilteknologi

Videnskabsministeren peger her på en række specifikke initiativer i telepolitikken, der netop skal bidrage til at fremme brugen og dermed også udviklingen af mobil teknologi i Danmark.

”Fra regeringens side arbejder vi aktivt på at understøtte udviklingen af relevant indhold til de mobile enheder. Den nye digitale signatur, der tages i brug ultimo 2009, skal kunne anvendes på mobiltelefonen, og her er klart et område, hvor vi kan være med til at fremme borgernes anvendelse af de mobile teknologier. Vi arbejder også på at styrke udbuddet af mobile indholdstjenester fra offentlige myndigheder. Borgerne skal kunne kommunikere med det offentlige ved hjælp af mobiltelefonen lige så nemt, som hvis de bruger computeren derhjemme,” siger Helge Sander.

Topkat giver brain drain

Formand for Dansk Industris branchefællesskab for it, tele, elektronik og kommunikation, ITEK, og adm. direktør for Telia i Danmark, Jesper Brøckner Nielsen, tilslutter sig imidlertid John Strands pointer om, at der mangler politisk indsats, hvis vi skal lykkes med kapitalisere på det fulde potentiale på området. Han mener specifikt, at der bør sættes ind for at fremme de generelle vilkår for at tiltrække og fastholde dygtige folk og få dem til at skabe nye virksomheder.

”Der er ingen tvivl om, at vi i Danmark har de videnskabsmæssige kompetencer til at skabe nogle af morgendagens vindervirksomheder bl.a. på software og applikations-siden. Men det er svært at få udnyttet potentialet, som situationen er i dag, vurderer

Jesper Brøckner Nielsen,” og uddyber:

”Som software- eller applikationsudvikler er der jo mange steder i verden, du kan vælge at etablere din forretning. Og som det er nu, gør topskatten, at Danmark ikke er et af de mest attraktive af slagsen,” vurderer Jesper Brøckner Nielsen.

Han ser både i sin egen virksomhed og andre steder i branchen udenlandske kapaciteter komme til, fordi vidensniveauet er højt. Men han ser dem også forsvinde igen lige så snart, de skal til at afregne skat på normale vilkår.

”De er her nøjagtig lige så længe, den skattemæssige forsker- eller ekspertordning, de er her på, gælder. Og så snart den udløber, er de væk. Og ligeledes er det mere attraktivt for kloge danske hoveder at rejse ud for at etablere sig end at gøre det derhjemme. Resultatet er, at vi netto har et brain drain, der gør, at vi spænder ben for den danske vision om at skabe flere vækst-succeser,” påpeger Jesper Brøckner Nielsen.

Men også på dette område, påpeger ministeren, er regeringen aktiv med at bedre forholdene, der henviser til internationale sammenligninger, der viser, at Danmark er attraktivt på mange måder:

”Det er bl.a. adgangen til forskningsmidler på IKT-området og kvaliteten af IKT-forskningsmiljøerne, adgangen til risikovillig kapital i den meget tidlige fase og skattetrykket. På alle disse fronter har regeringen gennem de seneste år taget mange initiativer for at gøre Danmark endnu mere attraktiv. Og i internationale sammenligninger – eksempelvis fra det anerkendte Economist Intelligence Unit – ligger Danmark helt i front, både hvad angår det generelle forretningsklima, og når der måles på blandt andet digitalt lederskab og e-parathed.”

UMTS-midler til teleiværksættere

De to eksperter holder dog fast i, at der fra politisk side bør ske mere. De har begge kigget efter, hvor de mange UMTS-midler, som de store teleoperatører betalte for deres licens, er placeret henne. Men uden at kunne se hvor de gavner teleområdet.

”Alle de UMTS-midler, som vi har betalt for licensen, burde gå tilbage til området og gavne nye initiativer. Det kunne f.eks. være som et fjerde ben under Højteknologifonden, der ligesom på deres andre områder kan hjælpe de dygtige unge på vej. Men som det er nu, er midlerne forsvundet helt andre steder hen,” påpeger Jesper Brøckner.

Selvom UMTS-midlerne ikke er sendt den direkte vej tilbage til teleindustrien lyder meldingen fra Videnskabsministeriet imidlertid, at store dele af midlerne netop

er allokeret til at fremme teleindustriens muligheder i Danmark.

”Regeringen anvender blandt andet UMTS-midlerne til en række forskellige initiativer, der skal styrke digitaliseringen af Danmark. Lad mig bare nævne standarder for e-handelsdokumenter, datastandardisering samt sikker og tryk udnyttelse af de løsninger og det indhold, der udbydes. Det er til gavn også for udviklingen af mobil teknologi og mobile tjenester,” siger videnskabsministeren.

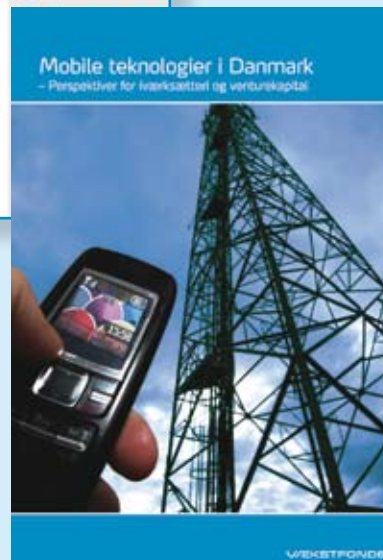
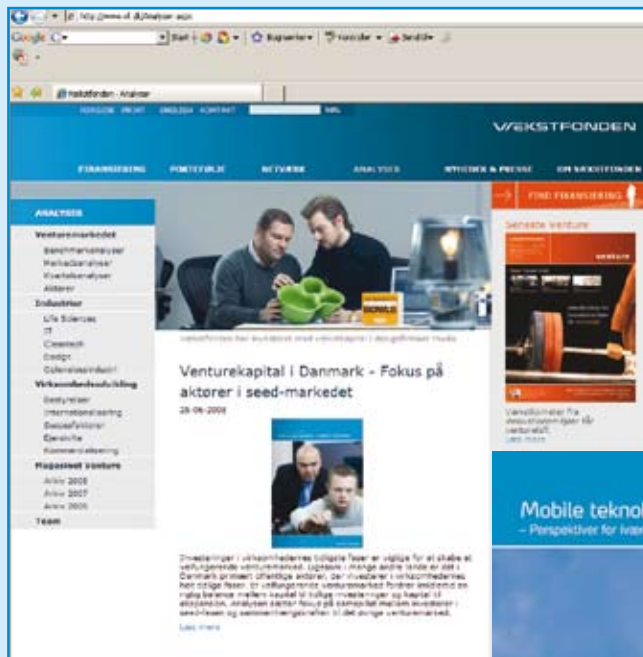


FRA REGERINGENS SIDE ARBEJDER VI AKTIVT PÅ AT UNDERSTØTTE UDVIKLINGEN AF RELEVANT INDHOLD TIL DE MOBILE ENHEDER. DEN NYE DIGITALE SIGNATUR, DER TAGES I BRUG ULTIMO 2009, SKAL KUNNE ANVENDES PÅ MOBILTELEFONEN, OG HER ER KLART ET OMRÅDE, HVOR VI KAN VÆRE MED TIL AT FREMME BORGERNES ANVENDELSE AF DE MOBILE TEKNOLOGIER. VI ARBEJDER OGSÅ PÅ AT STYRKE UDBUDDET AF MOBILE INDHOLDSTJENESTER FRA OFFENTLIGE MYNDIGHEDER. BORGERNE SKAL KUNNE KOMMUNIKERE MED DET OFFENTLIGE VED HJÆLP AF MOBILTELEFONEN, LIGE SÅ NEMT SOM HVIS DE BRUGER COMPUTEREN DERHJEMME, Videnskabsminister Helge Sander

GSM

GSM står for Groupe Spécial Mobile (Global System for Mobile Communication). Et primært europæisk standardiseret og udviklet system, som i forhold til tidligere mobiltelefon-systemer er digitalt, og derfor også egner sig glimrende til datatransmission.

Find analyser på www.vf.dk/analyser



På Vækstfondens hjemmeside finder du alle Vækstfondens analyser. Der er kvartalsanalyser, benchmarkanalyser og analyser af en række udvalgte investeringsområder – for eksempel cleantech, design, oplevelsesindustrien, it og life sciences. Alle analyser er tilgængelige via digitale flashkataloger, der gør det nemt at læse, printe og downloade.

- **Årlige benchmarkanalyser.** Det danske venturemarked i forhold til en række andre lande.
- **Årlige markedsanalyser.** Investeringsaktiviteten på det danske venturemarked
- **Kvartalsanalyser i samarbejde med DVCA.** Aktiviteten i venturemarkedet og investoreernes forventninger til investerings- og exitaktiviteten og den generelle økonomiske udvikling i Danmark
- **Analyser af nye investeringsområder**

Når Venture udkommer kan du på vf.dk finde analysen, som temaet i magasinet tager udgangspunkt i.