

Oslo!

Oslo Business Region

2014

INNHOOLD

8	OPPSTARTSÅRET
12	ETABLERINGSVEILEDNING
22	INTERNASJONAL PROFILERING OG MARKEDSFØRING
44	NÆRINGSUTVIKLING OG ARENABYGGING
58	STATISTIKK OG ANALYSE
68	VISJON



OSLO BUSINESS REGION

Oslo Business Region AS ble etablert 1. januar 2014, i tråd med ⁵vedtak 41/13 i Oslo Bystyre.

- Selskapets fire hovedinnsatsområder er:
- Oppstarts- og etablererveiledning
 - Internasjonal profilering og markedsføring
 - Næringsutvikling og arenabygging
 - Statistikk og analyse

Oslo Business Region arbeider og innretter aktivitetene etter byrådets visjon om å utvikle Oslo som Talentenes by.

EIER

Oslo kommune
v/ Byrådsavdeling for
kultur og næring

STYRET

Haavard Nord
Runar Skjerven Eggesvik
Silvija Seres

DAGLIG LEDER

Fredrik Winther

ANSATTE I 2014

Hege Tollerud
Tanya Heglund
Stian Skarelven
Rune Rasset
Siw Andersen
Einar Kleppe Holthe
Anne-Marie Nikolaisen
Karin Skandsen





OM OPPSTARTSÅRET

9

Resultatoppnåelsen for Oslo Business Regions første år viser at et relativt lite offentlig eid selskap kan gjøre en stor forskjell. Det gjør vi ved å kontinuerlig måle og forbedre alle aktiviteter. Ved å selv ta i bruk metoder for ”lean startup”. Ved å eksperimentere aktivt med nye virkemidler. Og ved å inngå samarbeid med ledende kunnskaps- og entreprenørskapsmiljøer på alle områder.

Tilbudet til gründere i Oslo har lenge vært overmodent for forbedring. Det har særlig vært behov for tilpasning til den raske utviklingen som preger entreprenørskapsfeltet. Både når det gjelder oppblomstring av oppstarts- og inkubatormiljøer, generell internasjonalisering og behov for internasjonalt samarbeid, rask digital utvikling, og tilpasning til en mer kunnskapsdrevet økonomi.

Å starte selskap med utgangspunkt i Oslo har aldri vært enklere. Samtidig har behovet for oppdatert kunnskap om alt fra digitale verktøy og virkemidler, nye markedsførings- og finansieringsformer, til tilgang på solide internasjonale fagnettverk, aldri vært mer avgjørende for å lykkes. Mer enn 770 entreprenører har i år deltatt på, fått hjelp, løst problemer og bygget nettverk gjennom Oslo StartUp Days. Dette har gitt oss viktige innsikter og lagt grunnlaget for videre utvikling av aktiviteter som kan hjelpe og inspirere de mange som går med en gründer i magen.

Siden i sommer har også mer enn 200 nøkkelpersoner i Oslos nærings- og kulturliv deltatt i utviklingen av en internasjonal profileringsstrategi for Oslo. I samarbeid med Samarbeidsalliansen Osloregionen, og et bredt sett av lokale og internasjonale eksperter, har vi etablert det vi mener er et solid strategisk grunnlag for å gjøre Oslo til en mer attraktiv by. Gjennom dette arbeidet, og gjennom samarbeid om profileringsaktiviteter som ”Oslo City Survey” i magasinet Monocle, har vi også fått bekreftet at veldig mange ønsker bidra til å løfte Oslos internasjonale attraktivitet og konkurransevne. Det skal vi gjøre mer av.

Første år var et oppstartsår. Nå har vi fått bekreftet hvilke potensialer som ligger i kontinuerlig utvikling av smarte virkemidler og bredt samarbeid. Mye av det kan du lese om her, og enda mer kan du delta på i året som kommer.

Fredrik Winther,
Daglig leder
Oslo Business Region

OSLOBUSINESS REGION.NO



10

Oslo Business Region lanserte nye nettsider i juni 2014. Nettsidene er delt inn i områder som er sammenfallende med kjerneområdene til Oslo Business Region – StartUp, Work, Study, Invest og What. Formålet med nettsidene er å bidra til å tiltrekke talent, studenter og internasjonale selskaper og investeringer til Osloregionen. Hovedspråket på nettsiden er engelsk, med unntak av startup seksjonen som også finnes på norsk.

Nettsiden er utviklet i samarbeid med Netlife Research. Profilen til Oslo Business Region er designet og levert av The Metric System.
www.oslobusinessregion.no

TRAFIKK JUNI-DESEMBER 2014

16.854	ANTALL BESØK/ ENKELTKLIKK PÅ SIDEN
10.437	UNIKE BRUKERE
3,21	ANTALL SIDER PR BESØK
02.56	GJENNOMSNIITTLIG VARIGHET PR. BESØK (MINUTTER)



OPPSTARTS- OG ETABLERER- VEILEDNING

«HJELPE FLERE BEDRE»

Oslo Business Region jobber kontinuerlig for å øke ¹³ antall oppstartsvirksomheter med internasjonalt potensial. Vi utvikler arenaer, nettverk og verktøy for å støtte oppstartere med å kunne lansere og få forretningsidéene til å vokse.

STARTUP DAYS



Oslo StartUp Days skal samle gründermiljøene i Oslo. Målet er å skape en felles og åpen arena hvor alle kan lære av hverandre, dele kunnskap, skape nettverk, bli inspirert og få tilgang til viktige ressurser etter eget behov.

Gjennom StartUp Day legger Oslo Business Region vekt på å ha en helhetlig oversikt over regionale miljøer og videreformidling av kontakter. Vi jobber for et tettere samarbeid mellom aktører og gründere, samt legger til rette for at internasjonale bedrifter skal etablere seg i Norge. Fokuset rettes mot startups og etablerere, og selskaper med skalerings- og internasjonalt potensial.

Enhver StartUp Day inneholder aktuelle keynotes med relevante temaer og ledende foredragsholdere, presentasjon

av et gründercase og mulighet for korte en-til-en samtaler med samarbeidspartnerne, i tillegg til nettverksbygging og erfaringsutveksling med andre etablerere i samme situasjon. Dagene skal i all hovedsak å fungere som et verktøy for oppstarterne.

- Det er i vår interesse at flest mulig lykkes, sier prosjektleder for StartUp Day, Stian Skarelvén. Han mener at styrken til Oslo Business Region ligger i at det ikke er ønske om å se at noen lykkes fremfor andre, men at jobben er å etablere Oslo som et helhetlig startup-miljø med samarbeid på kryss av hubene.

StartUp Day ble arrangert for første gang 5. mai 2014 og har blitt arrangert 2 ganger i måneden siden august.

KEYNOTES OG CASER

Hver StartUp Day planlegges rundt et nytt og relevant tema som utvikles sammen med hubene og startupmiljøene i Oslo, og en gründer eller bedrift som kommer inn og deler sine erfaringer.

KEYNOTES FRA 2014

BUSINESS FREEDOM

Eric Edmeades: Kanadisk forretningsmentor, foredragsholder, trener og sosial entreprenør.

BUILDING YOUR STARTUP TEAM

Thobias Dahl: Gründer Elliptic Labs.

GOING INTERNATIONAL

William Klippgen: Gründer Kelkoo og investor.

HOW TO START A COMPANY!

Geir Førre: Seriegründer med bakgrunn fra blant annet Chipcon, Energy Micro & Silicon Labs.

HOW TO SUCCEED ON SOCIAL MEDIA

Mats Lyngstad: Facebook og Venture Factory.

HOW TO FINANCE YOUR STARTUP

Arne Tonning: Alliance Ventures.

STARTING LEAN

Erlend Bang Abelsen: Lean Business.

GRÜNDERCASE FRA 2014

VIDFLOW

FIMBULVETR

EPLESLANG

PROPELL

SPOON

CALLFRODO

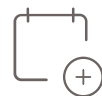
STARTUP DAYS TOTALT



770 DELTAKERE



19 CASER



10 EVENTS



374 SPEED DATES



10 KEYNOTES



2000 LIKES

16

SAMARBEIDSPARTNERE

De ulike startuphubene i Oslo er med på å sette sammen program og innhold for alle StartUp Days, og arrangementene går på rundgang på disse stedene. De faste veilederne som

Oslo Business Region samarbeider med er til stede hver gang. De gir råd og veiledning og svarer på spørsmål knyttet til alt det praktiske i forbindelse med oppstart av eget selskap.

FASTE PARTNERE:



HUBER OG MILJØER:



STARTUP SPESIAL

19.11.14



18

Oslo Business Region ønsker å stimulere til et gründermiljø i Oslo der alle ser sin rolle som både giver og mottaker. Med utgangspunkt i å hjelpe hverandre ble det arrangert en spesialutgave av StartUp Day i forbindelse med Gründermessen i november, da seks erfarne gründere stilte som mentorer og holdt workshops innen LEAN-metodikk, merkevarebygging, salg på nett, PR, sosiale medier og hvordan å lykkes som internasjonal gründer i Oslo

En erfaren gründer er ofte til bedre hjelp enn noen andre. Alle kan hjelpe og alle kan være til hjelp. Slik vil miljøet bygge og styrke seg selv.

Under spesialutgaven av StartUp Day fikk startupmiljøet tilgang på de beste og mest hjelpsomme hodene på fagfelt som er relevante i oppstartsfasen. Hver mentor var tilgjengelig for grupper på opp til tre gründere av gangen, i en 60 minutters

workshop. På denne tiden fikk alle i gruppen presentert sin idé og problemstilling, samt tilbakemelding fra mentoren og resten av gruppen. I løpet av den timen fikk altså alle hjelp til å løse et konkret problem.

En av mentorene var Erlend Sand, grunnlegger og CEO i Affix, og initiativtaker til nye House of Nerds.

- Som seriegründer og tidligfase-investor er det både inspirerende å dele erfaringer og møte nye selskaper og gründere. I Silicon Valley ser man at erfarne gründere utgjør et av de viktigste elementene i etablererøkosystemet, med tanke på kunnskapsdeling og kapital til neste generasjon gründere, sa Sand.

Gründermessen arrangeres årlig av Exhibition Management og er et samlingspunkt for oppstartere. Messen består blant annet av foredrag, utstillere, workshops og gir god mulighet for nettverksbygging.

SCORE OG UTVIKLING

Oslo Business Region samler inn tilbakemeldinger fra alle aktiviteter for å måle, forbedre og vite om det som blir gjort har effekt. I forbindelse med StartUp Days har alle deltakere i løpet av året blitt bedt om å vurdere helheten og enkeltfaktorer på en skala fra 1-5.

SCORE STARTUP SPESIAL (PÅ EN SKALA FRA 1 - 5 HVOR 5 ER BEST)

4.54	LEAN
4.56	MERKEVARE
4.72	SALG PÅ NETT
4.43	PR
4.41	INTERNASJONAL
4.69	SOSIALE MEDIER
4.55	TOTALSCORE

SCORE ALLE STARTUP DAYS (PÅ EN SKALA FRA 1 - 5 HVOR 5 ER BEST)

3.8	05.05.14 - OFFISIELL ÅPNING
3.8	27.05.14 - HVORDAN LYKKES MED EGEN STARTUP?
3.7	06.06.14 - HOW TO START A COMPANY IN OSLO
3.6	18.08.14 - HVORDAN STARTE BEDRIFT I OSLO
3.9	01.09.14 - ARE YOU RUNNING LEAN?
4.0	23.09.14 - BUSINESS FREEDOM
3.7	06.10.14 - BUILDING YOUR STARTUP TEAM
3.9	20.10.14 - HOW TO SUCCEED ON SOCIAL MEDIA
4.0	03.11.14 - HOW TO SUCCEED WITH ONLINE SALES
4.0	01.12.14 - GOING INTERNATIONAL

19

STARTUP SUPPORT

Oslo StartUp support består i tillegg til de fysiske møteplassene som StartUp Day, også av digitale plattformer hvor oppstarts- og vekstbedrifter kan søke og dele kunnskap. Målet er at flere entreprenører i Oslo skal lykkes. På hjemmesidene til Oslo Business Region finner man konkret informasjon rundt det å starte eget selskap. Målet er å gi et oversiktsbilde over hvem man kan, bør og må forholde seg til når man starter opp. Der er også mulighet for direkte spørsmål og innspill via den interaktive kundetjenesten SocialBoards.

Kundetjenesten er også knyttet opp mot Facebook og Twitter. I tillegg til å fungere som epostservice bygger SocialBoards opp en base av de mest stilte spørsmålene, slik at man også kan søke etter kunnskap og løsninger som allerede ligger inne. Her kan det også legges inn forslag, ris og ros. Totalt har Oslo Business Region svart på mer enn 1000 henvendelser om selskapsetablering via SocialBoards, epost og telefon i løpet av 2014.

20

INTERNASJONALE INVESTERINGER

Oslo Business Region ivaretar henvendelser fra internasjonale selskaper som vurderer eller konkret ønsker å etablere seg eller investere i Oslo. Selskapet er partner i Innovasjon Norge-programmet Invest In Norway, og følger opp henvendelser som kommer til Oslo ved å koble interessenter opp mot de relevante kontaktene i regionen.

Oslo Business Region fikk i løpet av 2014 rundt 70 henvendelser fra selskaper eller personer lokalisert i utlandet.

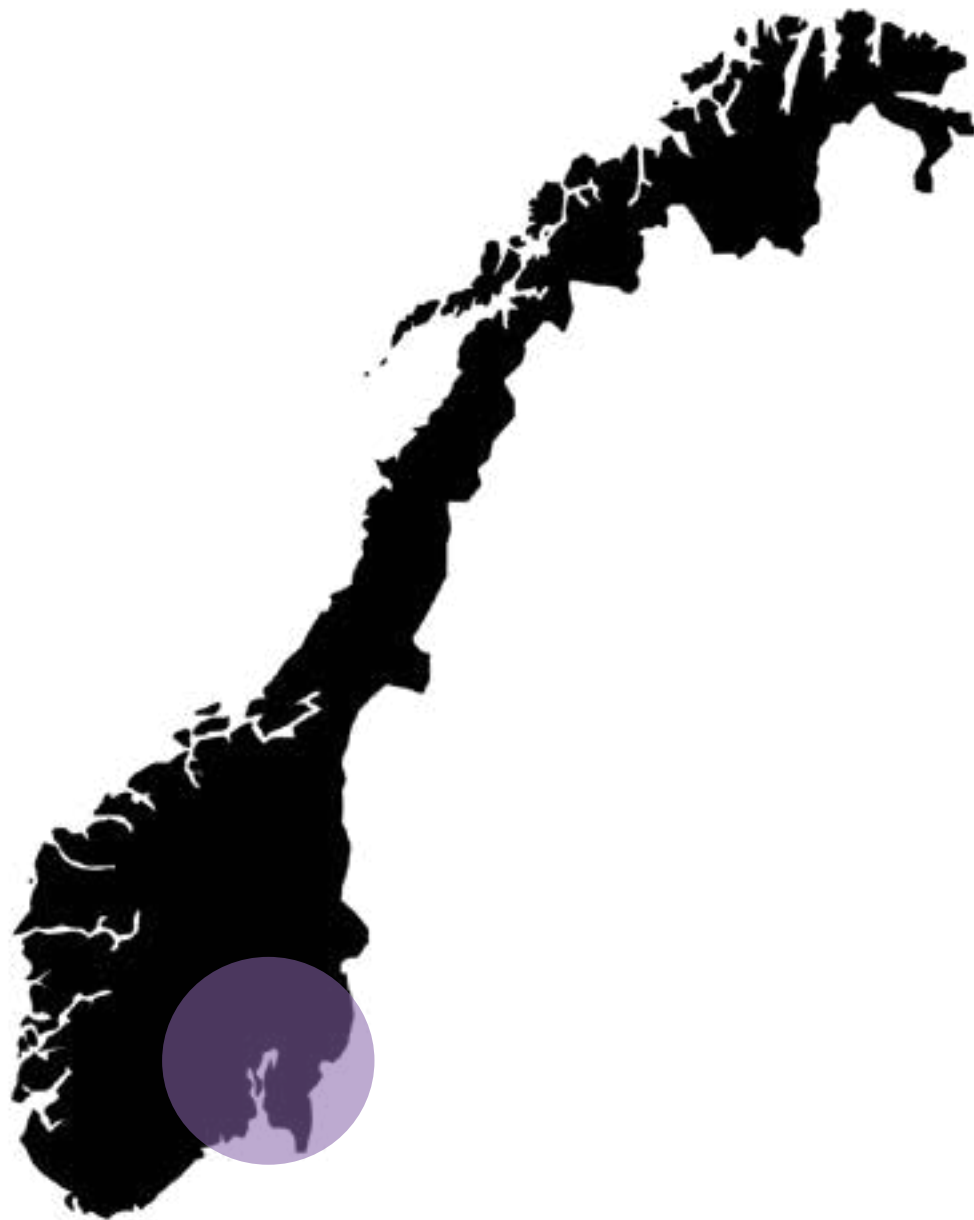
Brorparten av disse var fra Sverige og Danmark, men det kom også henvendelser fra Finland, Tyskland, Italia, Frankrike, Spania, Portugal, Hellas, Polen, Litauen, Estland, Russland, Serbia, Mexico, Ghana, Marokko, Pakistan, India, Thailand, Kina, Australia, USA og Canada. Mange spørsmål er knyttet til selve etableringen i Norge, men enkelte selskaper har hatt behov for mer konkret og skreddersydd hjelp knyttet til relokalisering av bedrift og personell.



INTERNASJONAL PROFILERING OG MARKEDSFØRING

“TALENTENES BY”²³

Oslo skal være en av de mest innovative byene i Europa - en talentenes by. Med det mener vi en kreativ hovedstad med talent, teknologi og toleranse som nøkkelkvaliteter. Oslo Business Region jobber for å belyse disse kvalitetene, hovedsaklig gjennom digitale plattformer, men også egne aktiviteter og deltakelse på arrangementer internasjonalt, for å tiltrekke flere talenter, bedrifter og investorer for å synliggjøre og øke Osloregionens attraktivitet og verdiskaping.



75: Kommuner
4: Fylkeskommuner
2014: 2,1 millioner mennesker
2040: 2,8 millioner mennesker

#ProjectOsloRegion har gjennom 2014 utviklet en internasjonal profileringsstrategi for å synliggjøre Osloregionens unike kvaliteter og verdier internasjonalt.

Osloregionen er det hovedstadsområdet i Europa som vokser raskest. Samtidig opplever regionen en tøffere internasjonal konkurranse om investeringer, kloke hoder, bedrifter og besøkende, og kjennskapen til Oslo ute i verden er lav. Behovet for en felles, samlet og koordinert innsats for å få en tydeligere posisjon internasjonalt er presserende for å kunne møte denne økende konkurransen med andre storbyregioner og være en attraktiv samarbeidspartner for viktige internasjonale miljøer.

Oslo kommune besluttet å etablere #projectosloregion i 2013. Arbeidet ledes av Oslo Business Region og Samarbeidsalliansen Osloregionen, og har pågått internt i hele 2014 med en egen prosjektgruppe og egne budsjetter delt av de to organisasjonene. Daglig leder Fredrik Winther og prosjektkoordinator Einar Kleppe Holthe har vært faste medlemmer av prosjektgruppen fra OBR sin side i 2014.

Det ble tidlig bestemt at involvering av Oslos interessenter var måten å få innspill til utviklingen av prosjektet på, og at prosessen skulle være helt transparent og åpen. Derfor ble prosjektwebsiden www.projectosloregion.no lansert tidlig høsten 2014.

Første steg i involveringsprosessen var en studentkonkurranse, der utfordringen var hvordan Osloregionen skal fremstå i år 2030? Vinnerne ble annonsert under den offisielle lanseringen av #ProjectOsloRegions involveringsprosess i Oslo rådhus 4. november 2014. UiO- og BI-studentene Michael Eriksson, Thomas Borge og Jostein Granås stakk av med seieren med sitt «Open Capital: Oslo». Vinneren får hospitere som praktikant hos Oslo Business Region og følge profileringsprosessen til Oslo videre.

Den andre fasen av involveringsprosessen i #ProjectOsloRegion besto av en rekke workshops og

#PROJECT OSLO REGION

intervjuer med sentrale interessenter i kommunene, bedrifter, utdanningsinstitusjoner og ikke-offentlige organisasjoner. Hensikten var å samle deres innspill og ideer til hvilke historier fra Osloregionen de mener bør kommuniseres internasjonalt.

Det er blant annet holdt workshops i Oslo, Hønefoss, Ås, Follo, Asker, Fredrikstad og Lillestrøm.

Profileringsstrategien presenteres for de 75 kommunene og 4 fylkeskommunene i 1. kvartal 2015. Strategien vil da også inneholde forslag til organisering og finansiering av videre arbeid med internasjonal profilering av Osloregionen. Selve profileringsarbeidet av Osloregionen er allerede i gang i flere organisasjoner, blant annet Oslo Business Region og etter hvert skal man se på muligheter for å styrke disse gjennom arbeid sammen med de andre organisasjonene som strategien omhandler.

INVOLVERING I #PROJECTOSLOREGION:

200 DELTAKERE PÅ 14 WORKSHOPS

26 ER INTERVJUET

128 HAR DELTATT PÅ SEMINARER

500 HAR SVART PÅ WEBSURVEY

1091 ER ORIENTERT OG INVITERT TIL DELTAKELSE

ADVISORY BOARD



GREG CLARK

Greg Clark er rådets leder og ekspert på byers utvikling



MATEU H. MALUQUER

Direktør i Barcelona Global



MARTIN BOISEN

Eksperter på byers utvikling og internasjonal posisjonering
Universitetet i Groningen



GEERTE UDO

Geerte Udo, markedsdirektør i Amsterdam Marketing



KATHRINE S. FINNSKOG

Direktør
Music Norway



ERLING FOSSEN

Daglig Leder
Oslo Metropolitan Area



KARIN G. HØIDAHL

Seniorrådgiver
Innovasjon Norge
Internasjonale relasjoner



HILDE CH. SOLHEIM

Direktør Virke
Reiseliv og kultur

OSLO A MONOCLE CITY SURVEY

Oslo Business Region jobber med å markedsføre Oslo internasjonalt. Selskapets mediepartnerskap i denne sammenheng ble til gjennom et offentlig-privat samarbeid, og valget falt på Monocle.

Monocle er et London-basert utenriks- og livsstilsmagasin, etablert i 2007 av Wallpaper-gründer og tidligere utenrikskorrespondent Tyler Brülé. Siden oppstarten har magasinet vokst med mellom 5 og 10 prosent lesere årlig, mens aviser og tilsvarende magasiner sliter. Med journalister og korrespondenter i over 100 land, følger de trender innen næringsliv, design, arkitektur, kultur, reise og teknologi – med fokus på entreprenørskap og livskvalitet i byer.

Lesergruppen er svært ressurssterk, og dermed attraktiv for Oslo. De er en langt over gjennomsnittet kjøpesterk gruppe, de er bosatt over hele verden og de reiser mye. De har til felles at de er opinionsledere og meget opptatt av det globale. De er både interesserte og interessante.

Sammen med Monocle gjennomførte Oslo Business Region en Oslo City Survey, et eget Oslobilag til magasinet.

Oppdraget var å utforske elementer innen næringsliv og kultur som gjør Oslo til en ideell by for investeringer, inspirasjon og som reisemål. Innholdet er produsert av Monocles journalister, med innspill fra Oslo Business Region om viktige områder å dekke.

En sideeffekt av prosjektet er at Monocle har løftet deler av arbeidet videre redaksjonelt. Blant annet har Oslo og Norges musikkscene blitt løftet frem som en av de tingene verden bør følge med på i 2015 (i deres 2015 Forecast utgave).

Noen nøkkeltall:
Opplag: 85.000 eksemplarer globalt, hvorav 5.000 i Norge.
Mediekostnad: 2 millioner norske kroner. 30% dekket av Oslo Business Region, resterende 70% dekket av private og andre offentlige aktører.

Samarbeidspartnere: Oslo Lufthavn, Statoil ASA, Øyafestivalen, Norsk Filminstitutt, Aspelin Ramm Eiendom AS, Tjuvholmen KS, Den Norske Turistforening, Visit Oslo, Oslo Kommune.





OSLO KNOWLEDGE UPDATE

31

Oslo Business Region har i løpet av 2014 produsert 10 utgaver av nyhetsbrevet Oslo Knowledge Update, som distribueres via epost til 10.000 mottakere internasjonalt og nasjonalt.

På listen står folk fra hele verden som har meldt sin interesse for aktuelle saker fra Osloregionen, utestasjonene til UD og Innovasjon Norge, internasjonale og norske journalister, politikere og administrasjoner på nasjonalt og regionalt nivå og samarbeidspartnere. I tillegg publiseres Oslo Knowledge Update på Facebook, LinkedIn og Twitter.

Målet med Oslo Knowledge Update er å informere om aktiviteter og nyheter fra Oslo og miljøene her som bidrar til å synliggjøre regionen som kunnskaps- og forretningsdestinasjon og som et attraktivt sted å arbeide, bo, studere, etablere, investere og leve.

Oslo Knowledge Update har over 65.000 følgere fra hele verden på Facebook. Denne siden oppdateres også jevnlig med enkeltsaker fra Oslo, spesielt i forbindelse med større aktiviteter og når regionen omtales i media internasjonalt.



CREATIVE CITIES ALLIANCE



Oslo kommune har inngått intensjonsavtaler med byen Austin i Texas, USA og bydelen Hackney i London. Avtalene om samarbeid ble undertegnet under konferansen South by Southwest (SXSW) i Austin i mars 2014. Austin og Hackney undertegnet samtidig en lignende avtale, og de tre byene omtaler alliansen som Creative Cities Alliance.

I løpet av 2014 har det vært jevnlig kontakt mellom de tre regionene, og Oslo Business Region jobber nå, på vegne av Oslo kommune, videre med å få på plass mer formelle samarbeidsavtaler med de to byene. Formålet er å invitere til nettverksbygging og et mer konkret og tettere samarbeid innen en rekke områder, som investeringer, utdanning og utveksling av kunnskap og erfaring innen teknologi, produksjon og kulturnæringer på tvers av landegrensene. Endelig samarbeidsavtale vil bli undertegnet under South by Southwest (SXSW) i Austin i mars 2015.

Et konkret resultat av samarbeidet med Hackney er opprettelsen av Oslo Innovation Embassy, fire permanente plasser i kontorfellesskapet the Trampery i London, og under SXSW 2015 setter Oslo opp en egen Lounge i sentrum av Austin.



SOUTH BY SOUTHWEST

07.-16.03.14

34

I mars reiste en delegasjon fra Oslo, med byråd for kultur og næring Hallstein Bjercke i spissen, til Austin, Texas, for å delta på verdens største interaktiv- og musikkonferanse South by Southwest. Målet var å sjekke ut hvilke muligheter Oslo har for å ha en tydeligere rolle og større synlighet under arrangementet i fremtiden, og å videreutvikle forholdet til vertsbyen.

Et sterkt virkemiddel i arbeidet med internasjonal profilering av Osloregionens attraktivitet gjøres best gjennom å styrke alliansene internasjonalt med andre byer og regioner som kan ha gjensidig utbytte av samarbeid og erfaringsutveksling med Oslo. Siden i fjor har et tett og godt samarbeid med bydelen

Hackney i London vokst frem. Hackney var også sterkt tilstede under South by Southwest i Austin, og Oslo tok del i flere arrangementer på deres Hackney House. Blant annet ble intensjonsavtaler om videre samarbeid undertegnet her av både Oslo og Austin, Oslo og Hackney og Hackney og Austin.

Under oppholdet traff den norske delegasjonen en rekke folk fra City of Austin Cultural Arts Division og International Economic Development, samt sentrale personer fra flere av utdanningsinstitusjonene, University of Texas, St Edward's University og Austin Community College, som også har et samarbeid med Hackney, og IC2 Institute.



OSLO MEETS HACKNEY

05.12.14

36

Forsterket samarbeid mellom Oslo og Hackney, med vekt på entreprenørskap innen tech og kulturnæringer, er utgangspunktet for Oslo Meets Hackney, som tidlig i desember ble arrangert i London for andre gang.

Hensikten med aktivitetene er å koble de norske startup-miljøene med lokale bedrifter og media i Hackney. Arrangementet inngår som en del av Creative Cities Alliance-avtalen mellom Oslo og Hackney.

Oslo Business Region er prosjektleder og ansvarlig for Oslo Meets Hackney, med samarbeidspartnere gjennom dagen som inkluderer blant annet London Borough of Hackney, Den Norske Ambassaden i London, The Trampery, IKT Norge, Music Norway, MashUP Norway, F5, Silicon Drinkabout, 657 Oslo, Danish Sound, Norwegian Fashion Hub og Sound Diplomacy.

Dagen var inndelt i tre hovedbolker. Først en frokost med politikere, startups og næringsliv fra både Oslo og London. Videre en ettermiddagsøkt fylt med foredrag, panelsamtaler og pitching, så vel som b2b møter og nettverking på The Trampery. Et sentralt innslag i programmet var lanseringen av Oslo Innovation Embassy i samarbeid med IKT Norge. På kveldstid var det faglig mingel i samarbeid med Silicon Drinkabout og konsert med Kid Astray. Selvfølgelig på baren Oslo i Hackney.

Arrangementet fikk mediadekning i Aftenposten, Digital Shoreditch, The Londonist, Hackney Gazette og Dagsavisen.



ANDRE INTERNASJONALE AKTIVITETER

38



I tillegg til de større arrangementene Oslo Business Region selv har stått for internasjonalt har vi deltatt på en rekke andre arenaer i løpet av året. Hensikten har vært å støtte startups og vekstbedrifter som er på konferanser og messer for å knytte kontakter og bygge nettverk på veien ut i verden. Gjennom å kuratere og sette opp møteplasser bidro Oslo Business Region på arrangementer som Norwegian Design Night i New York, Berlin Music Week og Web Summit i Dublin. På Stockholm TechFest og Slush i Helsinki var hovedmålet å hente inspirasjon og erfaring og kontakter til å bruke i egne fora hjemme, som for eksempel Oslo Innovation Week.





BERLIN MUSIC WEEK

03.-07.09.14

41

Oppstartscenen i Berlin er en av Europas mest attraktive, og er fortsatt i vekst. I 2014 reiste en delegasjon fra Oslo til Berlin Music Week. Oslo Business Region samarbeidet med Music Norway, Den norske ambassaden i Berlin og MashUP Norway, om å invitere med noen norske startups som lærte mer om startup-miljøene i Berlin, og ble koblet sammen med lokale miljøer og nøkkelpersoner.

Berlin Music Week er en kombinert musikkfestival og konferanse med temaene musikk, interaktiv, tech og startups. I september 2014 samlet den rundt 3500 oppstartere, kreative og investorer fra over 30 land og avviklet over 100 arrangementer i løpet av festivalens tre dager. Den norske ambassaden i Berlin var vertskap for en frokost for de norske deltakerne og noen av de mest sentrale aktørene i musikk- og teknologifeltet i Tyskland.

Jørn Haanæs, daglig leder i Soundrop, var med til Berlin Music Week i 2014. Han forlot Berlin med flere konkrete leads som har utviklet seg til samarbeid.

- Jeg synes det var en fin mulighet å reise ned dit for å knytte både norske og internasjonale kontakter, forteller Haanæs.
- Det at vi var en delegasjon som reiste sammen til Berlin gjorde at vi startet med et lite nettverk allerede før vi ankom arrangementet.

Oslo Business Region fikk sjekket ut mulighetene for og verdien av en tydeligere tilstedeværelse i Berlin fremover, og ser nå mot samarbeid med norske og internasjonale aktører i forbindelse med Berlin Music Week 2015.

WEB SUMMIT DUBLIN

04.-06.11.14

42

Under Web Summit 2014 i Dublin arrangerte Oslo Business Region i samarbeid med tre norske startups en mottakelse for potensielle investorer og samarbeidspartnere, samt media.

Fanbooster, Syncano og Unacast var alle var invitert av Web Summit til å presentere sine selskaper som en offisiell del av programmet. Formålet for Oslo Business Region var å hjelpe disse gjennom å skape møteplasser der de kan knytte verdifulle internasjonale relasjoner. Responsen var god både fra startupselskapene, samarbeidspartnere, gjester og media.

Web Summit Dublin er en techindustri-konferanse som har vært holdt i Dublin siden 2010. Tema er internetteknologi og publikum er en blanding av ledere og grunnleggere av techstartups samt besøkende fra den globale techindustrien og andre relevante industrier. Arrangementet holdes over tre dager i november og har vokst fra 400 deltakere i 2010 til over 22.000 deltakere fra 109 forskjellige land i 2014.



NÆRINGSUTVIKLING OG ARENABYGGING

«DER DU HØRTE DET FØRST»

Samarbeid står sentralt i utviklingen av Osloregionen som en internasjonal, konkurransedyktig, kunnskapsbasert region og startup-hub. Vi vil bringe internasjonale trender til Oslo, samt utvikle regionale miljøer til å være internasjonalt ledende på sine felt.



oslo innovation week

oslo innovation week

oslo innovasjon week

oslo innovasjon week

oslo innovasjon week

oslo innovasjon week

oslo innovasjon week

oslo innovasjon week

oslo innovation week

Best Western

Best Western

DNB

Lilla Grensen

OSLO INNOVATION WEEK

13.-17.10.14

48

Oslo Innovation Week (OIW) skal fremme vekst, innovasjon og verdiskaping, sette fokus på Oslo-regionens utviklingsmuligheter og profilere Oslo som verdiskapingsmotor og en internasjonalt attraktiv næringsregion.

Oslo Innovation Week er den største innovasjonskonferansen i Europa. Målgruppen er gründere, investorer, kreative, utviklere og visjonære på tvers av et stort utvalg av sektorer som tech, kultur, kommunikasjon og markedsføring, utdanning, helse, energi, media og offentlige institusjoner. OIW eies av Oslo kommune, Akershus Fylkeskommune og Innovasjon Norge, og Oslo Business Region er prosjektleder.

Målet er å dra Oslo Innovation Week i retningen fra ”stort og mangfoldig” til ”stort og faglig ledende.” Det ble i 2014 gjort en rekke endringer fra tidligere år. Dette særlig for å tiltrekke et attraktivt nasjonalt og internasjonalt publikum og media. Det var økt fokus på digitale kanaler, med mer ressurser til nettside og sosiale medier. Strategiske valg gikk på å identifisere og bringe inn nye, internasjonale trender og faglig utvikling på entreprenørskap og innovasjonsfeltet. I 2014 var tematikkene Startup, Maker, Design og Tech.

OIW's ressurser ble fordelt på flere arrangementer fremfor egne enkeltarrangementer. Fra arrangørene ble det rapportert om en samlet produksjonskostnad for de 60 arrangementene

på 12,6 millioner kroner – en avkastning på 1 million som Oslo kommune gikk inn med på eiersiden, 700.000 fra Innovasjon Norge og 500.000 fra Akershus fylkeskommune.

Det var i 2014 fokus på mer fysisk samling av aktiviteter for å skape tilhørighet, tilrettelegge for deltakere og gjøre OIW mer synlig i byen. Området rundt Vulkan ble prioritert, samt at åpningen av Oslo Innovation Week ble flyttet fra Oslo rådhus til DogA. At snittet i tilbakemeldingen fra arrangørene på opplevd verdi av å være en del av Oslo Innovation Week ligger på 4,2 av 5 vitner om at dette fungerte godt.

Osloregionens konkurransevne defineres ut fra hvor attraktiv regionen er som lokalisering for internasjonalt konkurranseutsatt og kunnskapsbasert næringsliv. OIW har som ambisjon å styrke sin posisjon som Europas ledende innovasjonsarena, samt prioritere aktiviteter som bidrar til å styrke den samlede attraktiviteten. For å oppnå dette ønsker OIW å bidra til synliggjøring av kunnskapsnæringene i regionen nasjonalt og internasjonalt, fremme Oslos internasjonale konkurransevne, skape arenaer og møteplasser i regionen samt utvikle en internkultur som fremmer samarbeid.

ARRANGEMENTER



60

Totalt 60 arrangementer (opp fra 50 i 2013)

69

69 arrangører

209

209 speakers, 41 internasjonale speakers

148

Redaksjonelle omtaler i norsk og internasjonal media

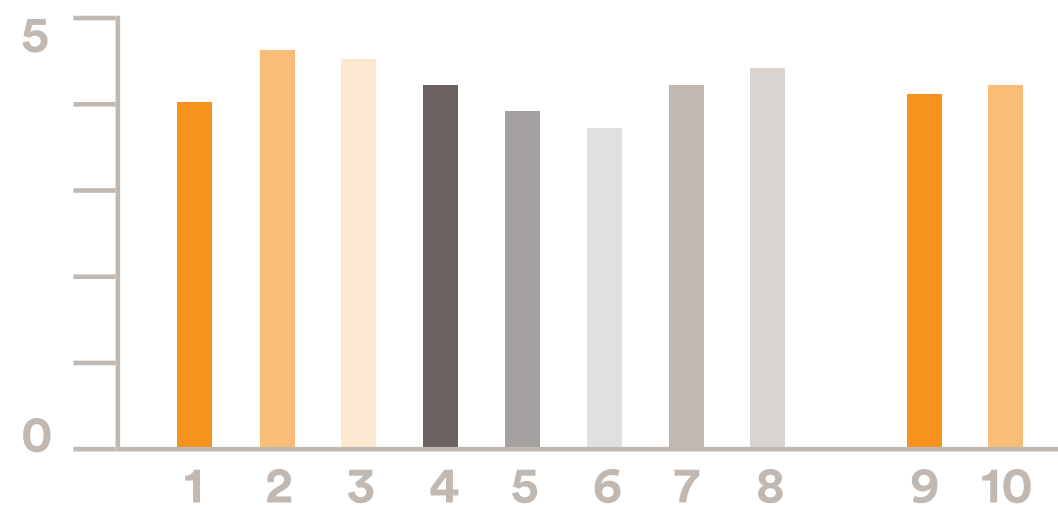
12,6

12,6 millioner kroner i samlet produksjonskostnad

8586

8586 deltakere på OIW

TILBAKEMELDINGER



49

FRA ARRANGØRENE:

- 1 Lykkes med formålene for OIW: 4,0
- 2 Utbytte av eget arrangement: 4,6
- 3 Hvor godt programmet bidrar til formålet: 4,5
- 4 Inntrykk av programmet generelt: 4,2
- 5 Lykkes med tematikkene: 3,9

- 6 Synlighet og mediadekning: 3,7

- 7 Opplevd verdi av å være en del av OIW: 4,2

- 8 Prosjektledelse: 4,4

FRA DELTAKERENE:

- 9 Hvordan opplevde du arrangementet? 4,1

- 10 Hvordan opplevde du Oslo Innovation Week? 4,2



51





OSLO INNOVATION EMBASSY

Et konkret resultat av samarbeidet mellom Oslo og bydelen Hackney i London er opprettelsen av Oslo Innovation Embassy, fem permanente plasser i kontorfellesskapet the Trampery, som norske gründere kan søke om å disponere i perioder når de vil vokse internasjonalt.

Tanken bak er å gjøre det lettere for norske oppstarts- og vekstselskaper å komme ut i verden. En kontor plass i et internasjonalt nettverk i London er en god start og den beste måten å raskt komme i kontakt med potensielle samarbeidspartnere, investorer, kunder og ansatte.

Oslo Innovation Embassy er et samarbeid mellom Oslo Business Region, IKT Norge og the Trampery i Hackney, et av de mest attraktive kontorfellesskapene i London.

Tirsdag 2. desember 2014 var Hertugen av York, Prince Andrew, på besøk for å kaste glans over den offisielle åpningen. Tre dager senere var det ny lansering av Oslo Innovation Embassy og fullt hus i forbindelse med Oslo Meets Hackney.

Så langt er plassene benyttet av selskapene Nimber og Recho.





**MAKER
FAIRE
OSLO
18.-19.01.14**

Maker Faire er verdens største festival for kreativitet og skaperglede. I 2014 ble festivalen arrangert på over 100 ulike steder i verden – og, i januar, først ut og for første gang i Oslo!

Oslo Business Region og Oslo Innovation Week var partner for Maker Faire Oslo. Responsen var overveldende og 6000 deltakere besøkte Teknisk Museum i Oslo de to januardagene. Over 180 personer bidro med utstillinger, workshops og foredrag.

På Maker Faire møtes teknologi, kunst og vitenskap. Her kan alle – oppfinnere, kunstnere, hackere, entusiaster, geeker, håndverkere og hjemmemekkere – vise frem hva de har laget.

Målet med arrangementet er å vise at hvem som helst kan bli en “Maker”, stimulere til kreativitet og innovasjon samt oppmuntre unge til å satse på en karriere innen vitenskap og teknologi. Oppslutningen om Maker Faire Oslo fristet til oppfølging, og under Oslo Innovation Week ble det arrangert en to-dagers MakerCon, en kombinert Maker Faire og konferanse med Maker som tema.

“LEK ER DEN RASKESTE, SIKRESTE, OG IKKE MINST, DEN MORSOMSTE VEIEN TIL INNOVASJON”.
-Joacim Lund, journalist i Aftenposten

SPACE MAKERS

10.02.14
06.06.14



Oslo Business Region arrangerte i samarbeid med coworkingspacet 657 Oslo to utgaver av SpaceMakers, en møteplass med hensikt å bringe inn temaer som ikke hadde noen naturlig plass på andre arenaer.

To temaer ble belyst i 2014:
 · SpaceMakers Vol. 1 hadde entreprenørskap, coworking og hvordan dette løfter nye byområder på plakaten
 · SpaceMakers Vol. 2 handlet om alle varianter av crowdfunding og hvordan finansiere sitt neste oppstartsprosjekt

Det planlegges fire Spacemakers-kvelder i 2015.



BY:LARM INTERACTIVE

27.02.-01.03.14

Musikk- og teknologikonferansen by:Larm sikter mot å bli Nordens ledende møteplass innenfor digital teknologi. Denne utviklingen er det viktig for Oslo Business Region å være med på. by:Larm Interactive er en verdifull arena som bidrar til inspirasjon og stimulerer til vekst i Oslos startupmiljøer og næringsliv generelt.

Oslo Business Region bidro til profileringen i 2014, og går inn med flere egne arrangementer under by:Larm Interactive i 2015.

57

OSLO URBAN ARENA

18.-19.06.14

Osloregionen har vokst sammenhengende siden 1984 og vokser raskest i Europa. Nå trengs en arena der alle aktørene innenfor eiendoms-, by- og næringsutvikling kan møtes for å hente inspirasjon og dele kunnskap. Oslo Urban Arena ble derfor arrangert for første gang 18.-19. juni 2014.

Hovedtemaet på konferansen var samarbeid på tvers av sektorer og landegrenser, samt utfordringene Osloregionen står ovenfor i forhold til internasjonal profilering. Oslo Metropolitan Area og NE Kunnskap sto bak arrangementet, mens Oslo Business Region, Samarbeidsalliansen Osloregionen, Norsk Design- og arkitektursenter og Aspelin Ramm støttet arrangementet og deltok i planlegging og

programmering. Hovedsamarbeidspartnerne var Avantor, HAV Eiendom, Entra og Steen & Strøm.

De største eiendomsaktørene i Norge viste frem de beste byutviklingsprosjektene fra hele Osloregionen, og det var foredragsholdere og paneldeltakere fra Amsterdam, London og Barcelona, samt byutviklingseksperter Dr. Anthony Townsend, Ethan Kent og Greg Clark. Steve Bloomfield, businessredaktør i Monocle, var også på plass.

Oslo Urban Arena skal arrangeres årlig og målet er å bli det viktigste nordiske arrangementet for by- og næringsutvikling.

STATISTIKK OG ANALYSE

«OSLO BUSINESS REGION KAN OSLO»

Gjennom overvåking av internasjonale benchmarks, kåringer, målinger og analyser skal selskapet ha god oversikt over status for Oslo og Osloregionens næringsliv, oppstarts- og gründermiljøer, samt styrker og utfordringer.



ATTRAKTIVITETS- BAROMETER

Oslos attraktivitet er et mål på Oslos internasjonale konkurransevne. Hvor attraktiv synes egentlig omverdenen at Oslo er?

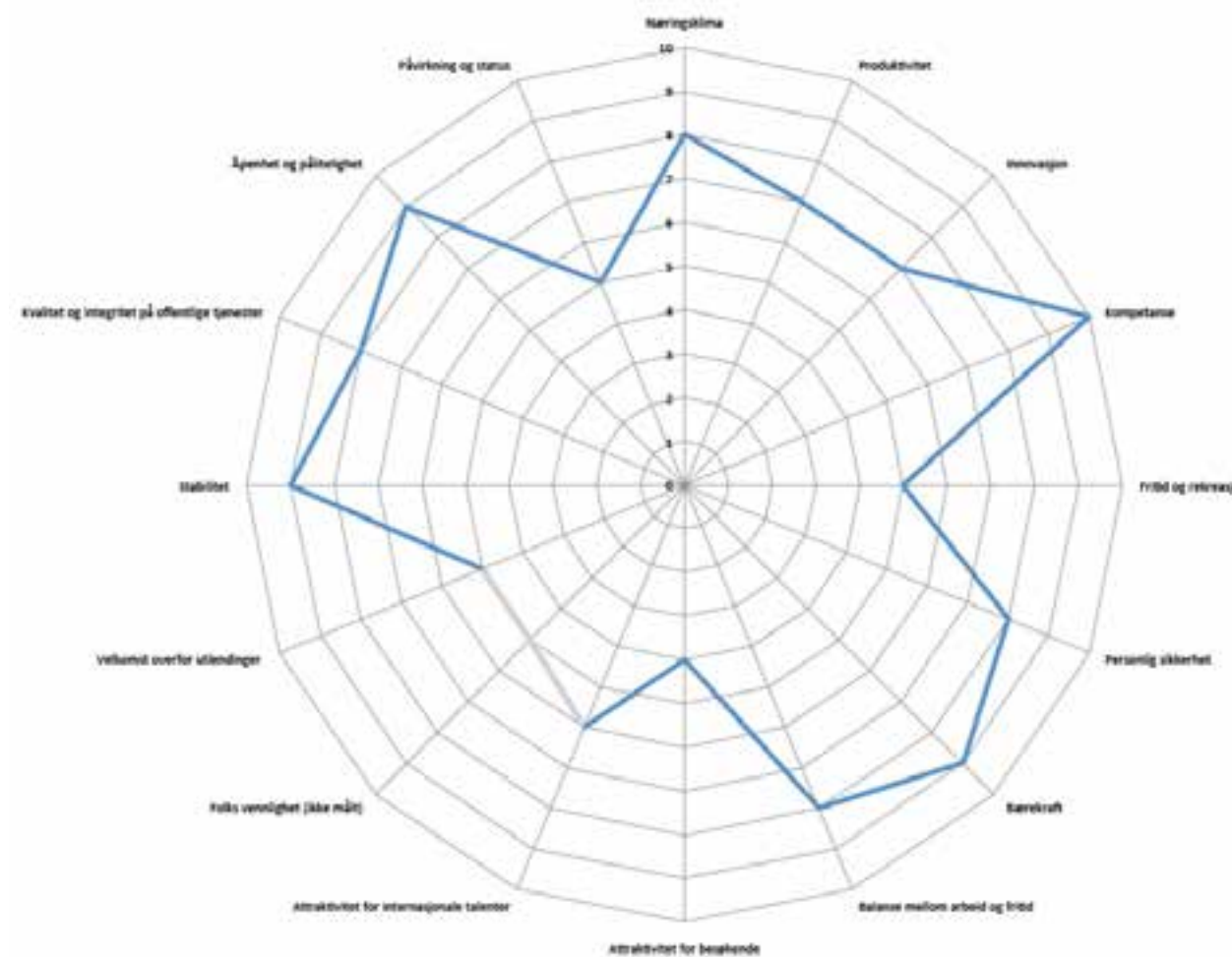
Det finnes ikke noen standard "Pisa-undersøkelse for Oslo som sted", derfor har vi utviklet et verktøy selv – et attraktivitetsbarometer som vil bli rapportert årlig. På oppdrag fra Oslo Business Region har The Business of Cities Group (London) ved Prof Greg Clark og Dr Tim Moonen vurdert Oslos resultater på internasjonale indekser og rankinger, og dette er grunnlaget for vårt barometer.

Grunnlaget er svært solid, da det bygger på 50 ulike undersøkelser fra anerkjente analyse- og forskningsinstitutter. World Economic Forum, UN Habitat, European

Metromonitor, The European Commission, Ipsos MORI, IESE Business School, Brookings Institution og The Economist Intelligence Unit er bare noen av de mange kildene.

Nå skal det sies at Oslo i dag på langt nær er tilstede på alle internasjonale rankinger. Oslo er den 53. mest målte byen i internasjonale undersøkelser, på linje med Dubai, Budapest og Nairobi. Til sammenligning er Stockholm på en 12. plass, og København på 29. plass. Så et mål i seg selv vil være å få Oslo med i flere internasjonale rankinger enn de 50 hvor Oslo er tilstede i dag.

Attraktivitetsbarometeret måler fire kategorier: næringsliv, livskvalitet, gjestfrihet og styresett. Skalaen går fra 1-10, hvor 10 = beste score.



1. NÆRINGSLIV

Det overordnede bildet av Oslos i dag er at byens styrker innen utdanning og kompetansenivå i for liten grad oversettes til en produktiv innovasjonsplattform.

A. Næringsklima: 8

Oslos "business friendliness" har forbedret seg en del de siste årene, delvis hjulpet av en økt tilgjengelighet på finansielle tjenester (tilgang til lån og risikokapital). Men vi er fortsatt ansett som et dårligere alternativ å gjøre forretninger med enn eksempelvis Stockholm, Zurich og Boston.

B. Produktivitet: 7

Oslos produktivitet er ansett å være bra, men ikke enestående (vi ligger bl.a. bak Toronto, Helsinki og Stockholm). Høy modenhet innen IKT (god infrastruktur og bruk av teknologi) er med på å dra opp scoren, mens skatteregler oppleves som demotiverende for å investere.

C. Innovasjon: 7

Oslo nærmer seg gradvis en status som FoU og innovasjonshub. Manglende innovasjonsevne er en bekymring for Norge som helhet (2014/15 World Economic Forum assessment), men Oslo plasserer seg likevel på en forbedret 32. plass (blant 400 byer) i 2014 Innovation Cities Global Index. Likevel har Oslo få høyteknologiselskaper og -ansatte (under 7% av regionens yrkesaktive) sammenlignet med andre nordiske byer.

Oslos omdømme som innovasjonssenter er også avhengig av å tiltrekke og beholde talent. Oslo har en yngre befolkning (25-35 år) enn snittet for andre byer, mens andelen innvandrere er lavere enn de fleste andre storbyer i verden.

D. Kompetanse: 10 (toppscore)

Oslo er på topp i Europa hva gjelder høyere utdanning blant aldersgruppen 24-65 år.

INTERNASJONALE RANGERINGER

2. LIVSKVALITET

Internasjonalt er Oslo ansett å være et bedre sted å leve enn å besøke eller gjøre forretninger med.

A. Kultur og rekreasjon: 5

Oslo er en av bare 5 europeiske byer som tilfredsstillmer mer enn 90% av sine egne innbyggere med kulturelle tilbud og grønne områder tilgjengelig. Men internasjonalt rangeres vi helt annerledes, med en svært dårlig score.

B. Personlig sikkerhet: 8

Oslo er et trygt sted å bo og besøke.

C. Bærekraft: 9

62 Oslo er anerkjent for å være en av Europas ledende når det gjelder å bygge en bærekraftig by. Tiltak innen forurensing, grønne bygg og fornybar energi blir lagt merke til.

D. Balanse mellom arbeid og fritid: 8

Bak denne scoren ligger det blant annet at Oslos beboere har relativt høy kjøpekraft, og vi bruker mindre tid på å reise til og fra jobb enn i andre byer. Total pendlertid er en av de laveste i verden (målt mot andre verdensbyer).

3. GJESTFRIHET

A. Attraktivitet for besøkende: 4

Oslo tiltrekker seg en million besøkende i året, og vi har Nordens nest travleste flyplass (etter København). Vår kapasitet til å trekke besøkende er delvis bestemt av plassering (i utkanten) og klima (temperatur). I tradisjonelle og sosiale medier internasjonalt har Oslo i dag ingen "buzzstyrke", vi er ganske usynlige. Det er likevel små tegn på bedring: Oslo får økt oppmerksomhet i internasjonal presse innenfor kulturfeltet.

Oslos attraktivitet på konferansemarkedet (organisatorer og deltakere) ligger bak mange andre europeiske byer.

Oslo har den høyeste økningen innen detaljhandel i Norden, med en 10% økning i omsetning i perioden 2013-2015.

Leieprisen på butikkløkaler i sentrale handlegater (ledet av Karl Johans gate) er nå høyere enn i Toronto og København. Likevel opptrer Oslo ikke i de 3 siste målingene av "beste shoppingbyer".

Når det gjelder arkitektur, design eller estetisk fornøyelse, er Oslo foreløpig ikke viden kjent for dette.

B. Attraktivitet for internasjonale talenter: 6

Her har det vært en klar forbedring, målt av Toronto Board of Trade. I 2010 kom Oslo på en 23. plass (av 24 byer), men klatret til 11. plass i 2014. Høy kvalitet på offentlige tjenester, likestilling, lave lønnsforskjeller, samt lav kriminalitet spiller positivt inn. En utfordring er at universitetene våre ikke har noe sterkt internasjonalt omdømme.

C. Folks vennlighet (åpen, lett å få venner) – ikke målt

På grunn av manglende datagrunnlag har vi ikke kunne danne noe score for Oslo på denne dimensjonen.

D. Velkomst overfor utlendinger (lett å etablere seg her, å få hjelp): 5

Hva er Oslos sosiale og kulturelle karakter? EIU Hotspots måler dette. Basert på åpenhet, mangfold og attraktivitet, så rangeres Oslo på 45. plass, bak Stockholm (22. plass) og København (31. plass). Oslos innbyggere er langt mer positive til innvandring enn andre Europeiske byer, men mener også at utlendinger er dårlig integrert i byen.

4. STYRESETT

A. Stabilitet: 9

Oslo oppfattes å ha lav risiko for politisk uro og terrorisme.

B. Kvalitet og integritet på offentlige tjenester: 8

Oslo ligger godt over gjennomsnittet i Europa, uten å være enestående. På området helse er vi noe svakere enn byer i Tyskland, Sveits og Østerrike.

C. Åpenhet og pålitelighet: 9

Den offentlige styringen av Oslo er blant de mest tiltrodde i Europa. Norge rangeres også som et av de minst korrupte landene i verden, på 6. plass – foran Danmark (9. plass), Nederland (10. plass), Sverige (12. plass) og Tyskland (18. plass).

D. Internasjonal påvirkning og status: 5

På tross av vår rolle innen internasjonalt diplomati er vi lavt rangert. Dette begrunnes i mangelen på globalt anerkjente institusjoner, tenke-tanker og universiteter.



6

The Reputation Institute har rangert de 55 landene i verden med best omdømme, og Norge plasseres som nummer 6.



10

Oslo rangeres som nummer 10 i den spanske IESE Business Schools Cities in Motion Index over de smarteste byene i verden. Undersøkelsen rangerer 153 byer basert på 50 indikatorer i 10 ulike kategorier.



69

Universitetet i Oslo ligger på 69. plass av 500 i universitetsrangeringen Academic World University Ranking. Med dette resultatet plasserer UiO seg godt blant verdens én prosent beste universiteter.



3

Oslo ble i 2013 rangert som nummer tre i verden når det kom til økonomisk og kulturell utvikling, utført av internasjonalt anerkjente Martin Prosperity Institute. Tilgang til teknologi, toleranse og talent er de avgjørende kategoriene.



22

Boston Consulting Group har gjennomført en undersøkelse med 200.000 respondenter om hvilke storbyer den internasjonale arbeidskraften finner mest attraktive. Oslo havner i denne undersøkelsen på 22. plass.



1

Norge rangeres som nummer én i FNs levekårsundersøkelse. Analysen baserer seg på Human Development Index, som er et mål på et lands levestandard, samt økonomiske og sosiale utvikling.



EIER

TALENT, TEKNOLOGI OG TOLERANSE

Osloregionen ligger i verdenstoppen når det gjelder økonomisk velstand og verdiskaping per innbygger, og scorer høyt på andre næringslivsindikatorer. Osloregionen konkurrerer med bedre kjente storbyer om å tiltrekke seg kunnskapsarbeidere, selskapsableringer og investeringer i forskning, utvikling og kompetanse.

Osloregionen skal tiltrekke seg talenter - være et åpent, inkluderende og attraktivt sted å leve, arbeide, studere og etablere seg. Vi skal bli blant de mest innovative og konkurransedyktige regionene i Europa og vår internasjonale profil må bli tydeligere.

Oslo kommune så derfor behovet for et næringsutviklingselskap som tilrettelegger for at Osloregionen er et naturlig valg for å etablere, utvikle og drive næringsvirksomhet.

Gjennom Oslo Business Region vil byrådet styrke Oslos internasjonale attraktivitet og øke kjennskapen til Osloregionen som konkurransedyktig etablerings- og investeringsområde. Dette i tett samarbeid med næringslivet, forsknings- og utdanningsinstitusjoner og andre offentlige aktører. Økt næringspolitisk satsning er avgjørende for om regionen skal kunne løse utfordringer med blant annet økende befolkningsvekst, lengre levealder og opprettholdelse av velferdsnivået.

Det har vært spennende å følge Oslo Business Region gjennom dette første året og jeg ser frem til fortsettelsen.

Hallstein Bjercke (V)
Byråd for kultur og næring
Oslo kommune

66

STYRET

Styret i Oslo Business Region består av styreleder Haavard Nord, Silvija Seres og Runar Eggesvik. Disse tre representerer bred kunnskap og erfaring fra næringsliv, akademia og oppstartsvirksomhet i Oslo og Norge, og internasjonalt.

Haavard Nord er rådgiver og investor innen IKT. Han var med å starte Trolltech ASA, og ledet softwareselskapet som over en periode på 14 år ble verdensledende på produksjon av software til mobiltelefoner og forbrukerelektronikk. Trolltech ble listet på Oslo Børs i 2006 og kjøpt opp av Nokia i 2008. Styreformannen sitter i en rekke styrer.

Silvija Seres er matematiker og selskapsutvikler. Hun jobber som direktør i konsulentfirmaet TechnoRocks, som fokuserer på strategiske prosjekter innen teknologi, media og telekommunikasjon. Seres fungerer som rådgiver for flere kapitalfond og sitter i styret i mange selskaper, både offentlig og privat. Seres har en doktorgrad fra Oxford, en bachelor og

en master fra Universitetet i Oslo og en MBA fra INSEAD i Frankrike. Hun har bred internasjonal erfaring, blant annet gjennom å ha arbeidet og undervist i land som Saudi Arabia, Kina og USA, Singapore og Frankrike.

Runar Skjerven Eggesvik har startet et stort antall barer, restauranter og kafeer i Oslo med kultur som hovedfokus. Mono, Internasjonalen, Tilt og Kulturhuset, for å nevne noen. Eggesvik var med å grunnlegge Øyafestivalen tilbake i 1999, og har vært bookingsjef på by:Larm i Oslo og Trænefestivalen i Nordland. Han jobber til daglig i selskapet Trøbbelskyter, som har som mål å stadig bedre kulturtilbudet for alle som bor i og besøker Osloregionen.



VISJON

OSLOS FREMTID ER NÅ

Oslo er en av Europas hurtigst voksende byer, og i norsk sammenheng er Oslo nøkkelen til en mer robust, fremtidsrettet, og bærekraftig økonomi. Uansett hvilke næringer som vil dominere norsk økonomi i fremtiden, så er innovasjon og entreprenørskap løsningen. Med den raske oppblomstringen av nye inkubatormiljøer, akseleratorprogrammer, finansieringsmekanismer, utdanningstilbud, og ikke minst et økende antall ”forbilde-selskaper” som lykkes både internasjonalt og med vekst, så er mulighetene gode for å gjøre Oslo til en internasjonalt ledende ”startup hub”.

Oslo Business Region har som ambisjon å være en sentral pådriver i denne utviklingen. Vi skal inspirere og hjelpe stadig flere gründere og selskaper i oppstartsfasen, med stadig bedre og mer treffsikre virkemidler. Gjennom tett samarbeid med de beste oppstarts,- finansierings- og entreprenørskapsmiljøene utvikler vi kontinuerlig verktøy som både inspirerer, løser problemer, og bygger de kompetansenettverk gründerne er avhengige av for å lykkes både hjemme og internasjonalt.

Oslo er helt i toppen på internasjonale målinger når det gjelder attraktivitet. Både som sted å arbeide, investere, studere og leve. Men dette er lite kjent. Oslo taper posisjon som en attraktiv, men lite synlig by. Dette må vi gjøre noe med. Med den stolthet og entusiasme vi opplever i arbeidet med å profilere Oslo, så ligger alt til rette for å øke Oslos konkurransevne og opplevde attraktivitet. Oslo bør i løpet av få år være anerkjent på internasjonale målinger som en av de beste byene å både leve et godt liv, ha en givende karriere, eller starte opp og bygge raskt voksende, bærekraftige, internasjonalt orienterte, og fremtidsrettede bedrifter.

Det skal Oslo Business Region bidra til.

Fredrik Winther,
Daglig leder
Oslo Business Region

Dette årsmagasinet er skrevet med bistand fra en gruppe studenter fra Emergence School of Leadership som en del av et studentprosjekt. Tusen takk til Ida Skjefstad, David Lindegårde og Tale Støyva Skrunes for arbeid med Start Up Day, Barbro Bugge for jobb med tekster og Anette Sannes Knutsen med jobb som AD og redaksjonelt. Oslo Business Region takker både skolen og studentene som valgte dette prosjektet.

DESIGN:

Silje Sandberg/Herman Reklame

FOTO:

Damian Heinisch: 4, 8, 11, 30, 56, 60, 64-65, 67

Gorm K. Gaare: 7, 14, 21, 46-47, 50, 51

Helge Brekke: 17, 18

Arash Nejad: 26

SXSW: 35

Anna Stokland: 37, 53

Siw Andersen: 38, 39, 40

Web Summit Dublin: 43

Hege Tollerud: 53

2014