

Ostronodling tar fart på Koster

sid 8



SM i Ung Företagsamhet



Industrifonden var värd för del-tävlingen bästa logotyp vid SM i Ung Företagsamhet. Så här glada blev vinnarna What to wear today från Kungsmadskolan i Växjö.

sid 2

Bra eller dålig chef i kristider?



sid 4

Psykologen Britt Orstadius menar att förmåga att hantera motgångar är en viktig egenskap för chefer i kristider.

Nu drar Connects Företagsaccelerator igång

Ökad tillväxt och fler jobb i svenska små och medelstora företag - det är målet med Företagsacceleratorn. Nu drar den igång över hela landet i ett stort projekt, som drivs av entreprenörsnätverket Connect Sverige.

sid 6



Claes de Neergaard

Målmedveten allkonstnär *bästa ledaren*

coachning som näringslivsfolk ger i våra ledande inkubatorer.

Högt ställda krav

En ledare i ett litet tillväxtbolag måste som en målmedveten allkonstnär ta sig an strategi, produktutveckling, marknad, organisation och finansiering för att kunna leda bolaget framåt i olika faser. I ur och i skur, genom eufori och kris, skall ledaren ta människor från där de är till dit där de aldrig varit. Det är inte många vd:ar som kan leva upp till dessa höga krav. Inte blir det lättare av att småbolagen arbetar med slimmade organisationer.

Långsiktigt riskkapital med bra bransch- och företagskompetens kan vara ett bra stöd för en det lilla företagets ledning. Likaväl som investeraren måste förstå förutsättningarna för vd:s arbete måste vd förstå riskkapitalets ar-

betssätt. Många företagsledare klagar på att riskkapitalets metodik att periodfinansiera bolag leder till osäkerhet och att ledningen får använda alltför mycket av sin bolagsutvecklingstid för att säkerställa finansiering för ytterligare en tid. Riskkapitalets agerande är styrt av erfarenheten att långsiktighet förutsätter hyfsat god leverans på kort sikt. Naturligtvis finns tolerans för avvikelser och ”omtag”, men ett mönster av väsentliga negativa avvikelser leder till den rättmätiga frågan om det är värt att vidarefinansiera bolaget.

Men riskkapitalet får passa sig för allt för kortsiktig ”skedmatning”.

Fyra nära döden-upplevelser

Häromdagen lyssnade jag till Måns Hultman, ordförande i Qliktech, det världsledande till-

växtföretaget inom business intelligence som Industrifonden finansierat sedan 1998, när han reflekterade över företagets drygt tioåriga resa. Ledarskapet i hans företag har haft två viktiga utmaningar. Den första var att tidigt och omsorgsfullt definiera en realiserbar vision och hålla fast vid den. Den andra var att systematiskt planera medel- och kortfristigt för att nå etappmål, efter devisen ”what gets measured gets done”. Genom åren har bolaget haft minst fyra ”nära döden-upplevelser” men har sedan dess expanderat i raketfart. Nu är målet att kvala in i den finansiella elitserien genom en listning på NASDAQ. Av QlikTech finns mycket att lära om långsiktighet och krishantering. Där har management klättrat effektivt på framgångens stegen och ledarskapet sett till att stegen lutat mot rätt vägg.

I detta nummer har vi valt ledarskapets utmaningar i kristider som tema. Kolla artiklarna; där ges många och kloka synpunkter i kondenserad form av ett spektrum av personer som vet vad de talar om.

Jag tycker att frågor som har med ledarskap i unga tillväxtföretag att göra ägnas alldeles för lite uppmärksamhet i media, inom akademien och även ibland i investerarkretsar. Men en eloge till driftiga högskolor som har bildat Entreprenörsskolor och för den

Just in Case bästa UF-företag 2009

Just in Case, som har tagit fram en första hjälpen-väska i fickformat, vann SM i Ung Företagsamhet vid den nationella mässan 18 maj. Företaget får därmed representera Sverige vid EM i Rotterdam i juli.

– Det är inte bara en kul produkt. De har lyckats kombinera utbildning och säkerhet och verkligen lyckats att paketera detta på ett attraktivt sätt. Varje dag skulle tio personer i Sverige kunna räddas om fler hade tillgång till första hjälpen, säger Magnus N:son Olsson, vd Ung Företagsamhet.

SM i Ung Företagsamhet på Stockholmsmässan den 18-19 maj utgjorde den stora finalen på elevernas år som företagare. I år var det de 207 bästa UF-företagen i landet med drygt 700 elever som ställde ut, vilket var rekord.

Under SM korades Sveriges bästa UF-företag i 15 olika kategorier. Just in Case UF vann titeln årets UF-företag och får därmed

representera Sverige i EM som i år avgörs i Nederländerna 2-5 juli. Sverige har stolta traditioner internationellt och vann EM i Oslo 2005. Förra året tog Sverige silvermedalj i EM i Stockholm.

5 621 företag – drygt 20 procent fler än förra året – startades under läsåret 2008/2009. Så många företag har aldrig tidigare drivits under ett läsår i Ung Företagsamhets 30-åriga historia!

Sammanlagt har i år 18 462 gymnasieungdomar under det gångna läsåret utvecklat och förverkligat sina affärsidéer genom Ung Företagsamhet i sin gymnasieutbildning. Det betyder att fler än var tionde gymnasieelev i varje årskull driver ett eget företag när de går i skolan.



Just in Case från Sjödalsgymnasiet i Huddinge vann SM i Ung Företagsamhet med sin smarta första hjälpen-väska i fickformat. Den rymmer instruktioner om hjärt- och lungräddning samt de viktigaste hjälpmedlen andningsmask (för att kunna utföra mun- mot mun-metoden utan risk för överförbar smitta), plasthandskar och tryckförband.

Tidigare undersökningar visar att 23 procent av de som genomgått Ung Företagsamhet startar eget företag tio år senare och att de i snitt sysselsätter fyra personer. För framtiden innebär det

därmed att årets ungdomar statistiskt sett kommer att generera drygt 18 000 nya arbetstillfällen i Sverige genom sitt entreprenörskap.

Nya marknader för ClimateWell

Nu etablerar sig ClimateWell på två nya marknader - Italien och Australien. Hägerstensföretaget har fått in ordrar från de båda länderna på sina solvärmedrivna värmepumpar på sammanlagt 40 miljoner kronor.

ClimateWell utvecklar och säljer en helt ny typ av värmepump, som kan ge både värme och kyla. Den drivs av solenergi, vilket förklarar att bolaget främst satsar på försäljning i varmare länder. Spanien är ClimateWells huvudmarknad, särskilt sedan det spanska konsortiet Utilsun kom in som delägare 2006.

Men den expansiva byggmarknaden i Spanien har i princip tvärnitat, så den starka tillväxten där har bromsat in i år.

– Men Spanien är fortfarande vår huvudmarknad, säger vd Per Olofsson. Det säljs ju fortfarande en miljon luftkonditioneringsanläggningar där varje år till äldre hus och hus som renoveras.

ClimateWell har hittills sålt cirka 500 värmepumpar, som installerats från början framför allt i villor, men på sistone allt mer i hotell, skolor, äldreboenden och badhus. Tekniken säljs till installatörer, som sedan monterar maskinen tillsammans med sol-

fångare, styrsystem, varmvattentank och eventuell golvvärme.

200 maskiner till Australien

Nu har bolaget alltså fått en beställning på 200 maskiner till en leverantör i Australien. De ska framför allt användas i skolor och offentliga byggnader i Queensland. Här passar tekniken med solenergi extra bra, dels på grund av det varma klimatet, och dels på grund av de långa avstånden, som gör att det blir väldigt dyrt att dra elledningar. Då blir decentraliserade lösningar som ClimateWells extra intressanta.

Australien är det land som kommit med flest förfrågningar till ClimateWell, men man har hittills alltid sagt nej eftersom det ligger så långt bort.

– Vi ville ha en tillräckligt stor order för att vi skulle kunna tacka ja, säger Per Olofsson, och det har vi fått nu. Detta betyder mycket för ett litet bolag som oss.



– De båda orderna från Australien och Italien är ett viktigt genombrott för oss, säger ClimateWells vd Per Olofsson. Det är särskilt viktigt just nu, eftersom tillväxten i vår huvudmarknad Spanien inte är lika stor som tidigare.

Samtidigt har bolaget fått en lika stor order från Italien, som också är en ny marknad för ClimateWell.

ClimateWell började utveckla sin soldrivna värmepump 2002. Huvudägare förutom Industrifonden är Skirner, Northzone och Utilsun.



ClimateWells demohus i spanska Fuencarral är utrustat med ett komplett solvärmedrivet system för luftkonditionering, golvvärme och två uppvärmda swimmingpooler.

Apreas cancerläkemedel godkänt för prövning i Sverige

Läkemedelsverket har godkänt Apreas nya läkemedel mot cancer för klinisk prövning i Sverige. Substansen, eller det blivande läkemedlet, är unikt eftersom det angriper cancer på ett helt nytt sätt. Nu ska det för första gången testas på människor.

Flera av de allvarigaste och mest svårbehandlade formerna av cancer beror på att kroppens eget skyddssystem har satts ur spel. Apreas substans kan få det protein som skyddar kroppen mot cancer, p53, att fungera igen.

Substansen har ännu så länge bara testats i provrör och på djur, men visat sig effektivt mot olika former av blodcancer.

Efter sex års utvecklingsarbete har man nu fått ett godkännande från Läkemedelsverket att starta en Fas I-studie, där man för första gången undersöker läkemedlets säkerhet på människa. Studien beräknas starta i mitten av 2009 och pågå till slutet av 2010.

Pris till CellaVision

CellaVision har tilldelats 2009 års SwedenBIO Award 2009. Vd Yvonne Mårtensson fick ta emot priset av handelsminister Ewa Björling i samband med SwedenBIOs årsmöte i Stockholm.

CellaVision utvecklar och säljer instrument för automatisk bildanalys av celler och cellförändringar till sjukhus och laboratorier i Europa och Nordamerika. Cellavisions verktyg gör dessa viktiga analyser lättare, snabbare och bättre vilket leder till högre patientsäkerhet och effektivitet.

CellaVision får priset för en kombination av innovativ styrka inom ett viktigt område, uthållighet, kundanpassad marknadsföring och gott affärsmannaskap. Under 2008 gav detta resultat i form av det bästa året någonsin med en rekordökning av försäljningen med 35 procent till över 100 mkr. När marknaden i USA nu har börjat ta fart siktar CellaVision vidare på Japan som nästa stora marknad.

I fjol gick priset till ett annat av Industrifondens portföljbolag – BioInvent.

Bra chefer

går stärkta ur krisen

Tydlig kommunikation, realism och förmåga att hantera motgångar är viktiga egenskaper för en ledare i kristider. För krissituationer kräver ett särskilt slags ledarskap. Det säger Britt Orstadius, som arbetar med att bedöma personer på ledningsnivå för bland annat riskkapitalbolag.



Psykologen Britt Orstadius menar att personligheten är grunden och att det går att lära sig tekniker för att bli en bättre ledare. Det finns dock vissa som stuckit ut som bra förebilder i kristider, men inte varit lika bra i goda tider. – Se på Winston Churchill. Han var enastående under kriget men tyckte närmast att det var tråkigt att leda när kriget var över. Om vi har en mer flexibel syn på ledarskap så kanske det går att dra en lärdom från det.

Det finns många sätt att hantera en kris. Britt Orstadius jämför bra chefpersoner med stridsplaner. Och hon vet vad hon talar om. Britt Orstadius är psykolog och konsult i personbedömningsfrågor och arbetar sedan 20 år med rekrytering och bedömning av just chefer och stridsplaner. Hon menar att det framförallt handlar om två egenskaper som avgör om en person klarar en kris eller inte. Den första handlar om hur man hanterar en motgång.

– Jag brukar utgå från att det finns tre typer. En som inte klarar av det alls och en som går igenom en motgång, men som inte lär sig något. Den tredje däremot går stärkt ur krisen och bär med sig de kunskaperna framöver.

Tydlighet mot organisationen

Tydlig kommunikation är en annan avgörande faktor för hur

chefen klarar krisen. Många gånger spelar den intuitiva känslan väldigt stor roll när det är kris i ett företag.

– Fantasierna är ofta värre än verkligheten och fantiserandet dränerar dessutom energi, säger Britt Orstadius. Därför är det mycket viktigt att vara snabb, tydlig och konkret när förändringar ska kommuniceras. Det är dock viktigt att upprepa budskap när man levererar den här typen av besked eftersom det ofta är en chock samtidigt som det är en lättnad.

Vad som kommuniceras är inte alltid det som avgör framtiden. Hur och vem som kommunicerar kan ofta spela större roll.

– Det bör vara vd som genom kroppsspråket också visar att han eller hon tror på att förändringarna kommer att skapa trygghet. Även om det på kort sikt kan vara tufft gäller det att genom

ord, skrift och handling visa att chefen tror på framtiden.

Synlighet är ofta underskattat anser Britt Orstadius. Det kan upplevas som obehagligt att träffas i korridorerna, men det är ofta så att just möjligheten att kunna ha en dialog och att chefen är synlig istället gör att det brukar bli mer tillförsikt i stämningarna.

Vara realistisk

När den nya krisstrategin är klar, kommunicerad och implementerad i organisationen tycker Britt Orstadius att chefen ska avvakta med ytterligare förändringar en tid.

– Den nya strategin ska sträva efter att samla och motivera medarbetarna. Men även här gäller tydlighet. Det är faktiskt otroligt vilken kraft det finns i människor när alla insett vad det är som gäller och att de kan på-

verka situationen men också framtiden. Här gäller det att ha en balans mellan empati och att bli för snäll i missriktad välvilja. Här kommer nästa stora egenskap in, tillika den som karaktäriserar en bra stridsplaner och en bra chef – att vara realistisk.

Britt menar att vara realistisk kan beskrivas som att gasa och bromsa på en och samma gång, men samtidigt se till att man kommer framåt på ett säkert sätt.

– I ett kommunikationsperspektiv kan det vara att säga ”det är inte roligt men vi kommer att klara det. Det är jobbigt men vi kommer att kunna stå ut med det”. Det handlar om hur väl man kan tolka och förmedla verkligheten. Om man är för ängslig så ser man för många faror, medan en som är för hårdhudad kan ta för lätt på saker.

Olika faser i ett företags utveckling kräver olika ledarskap enligt Britt Orstadius:

Unga företag behöver en ledare med försäljningsinriktning eftersom de måste hitta kunder.

Etableringsfasen är den period när försäljningen har tagit fart och övermod kan göra att företaget tar på sig för stora utgifter. Därför krävs en ledare som kan fokusera på grundverksamheten.

Uppbyggnadsfasen kräver att företaget struktureras och frigörs från entreprenören som person. Därför behövs en ledare med administrativ kunskap utan att för den skull förlora den entreprenöriella andan.

Blomningsfasen är den period då ledningen ofta behöver förses med ny kompetens. Det är fortfarande viktigt att entreprenörsandan inte går förlorad.

Kristider kräver stabilitet, tydlighet och empati. De grundläggande egenskaperna hos bra ledare i kristider är att de har förmågan att vara realistiska och att kunna hantera motgångar.

Krisen skiljer agnarna från vetet

Krävs andra egenskaper av företagsledarna i kristider än när marknaden är inställd på tillväxt? Vi har frågat några erfarna personer som ur egna perspektiv beskriver vad de anser vara de egenskaper som gör att ett företag kan blomstra trots kristider.



Yvonne Mårtensson, vd CellaVision

– Jag tror det viktigaste är att lyssna på kunder och marknad.

Försök förutse olika tänkbara scenarier så att man kan förbereda sig på det som väntar. Dessutom gäller det att vara kreativ och hitta nya lösningar på problemen när de uppstår. Viktigt är också att kontinuerligt se över sina kostnader för det blir i slutändan det som är avgörande för om företaget kommer att kunna överleva.

förmedlad av en synlig ledning är grunden till ett effektivt ledarskap i krissituationer. När förändringar måste genomföras är det ofta bättre att våga ta kraftfulla tag och göra det snabbt än att verkställa förändringarna i många små steg. Det skapar mindre osäkerhet och det är lättare att få tillbaka ”kämpaglöden” hos dem som är kvar i organisationen.

Sist men inte minst är det i svåra tider än mer avgörande att man faktiskt fattar riktiga och kloka beslut. Krisen skiljer agnarna från vetet när det gäller kompetenta, kunniga ledare.



Per Svanteson, vd Effpower

– Även om en vd givetvis är har en avgörande roll i att leda ett företag genom en

kris är det min erfarenhet att det i kristider är viktigare än någonsin att ha en väl sammansvetsad ledning. Ett samlat agerande från ledningen ger kraft i förändringsarbetet, bygger förtroende och skapar trygghet i organisationen. Under press är risken stor att ledningen inte tar sig tid till att verkligen ”prata ihop sig”.

Kommunikation är en annan helt avgörande faktor i all form av krishantering. Öppen, på gränsen till övertydlig kommunikation



Hedvig Andersén, investeringsansvarig Industrifonden

– Grovt kan man säga att i medgång gäller det att se möjligheterna

medan det i motgång gäller att förebygga svårigheter. Viktiga ledaregenskaper som tydlighet, klara mål, bra kommunikationsförmåga och förmågan att få sin personal att växa även om klimatet är tufft, blir extra viktiga i kristider. Möjligheten att analysera och dra rätt slutsatser är också viktiga egenskaper, som behövs såväl i med som i motgång. I kristider syns det extra tydligt vilka ledare som håller måttet.



Frederick Johansson, chef SEB Venture Capital samt ordförande Svenska Riskkapitalföreningen

– Förmågan att kunna skapa en tydlig målbild och sedan hålla fast vid den är väsentlig. Lägg därtill förmågan att kommunicera, förankra och skapa närhet till organisationen på alla nivåer. Jag tror också att egenskaper som envishet, oräddhet och förmåga att hitta okonventionella lösningar på problem gör skillnaden på utgången. Att själv representera förändringen, de åtgärder som måste genomföras och visa vad som ska åstadkommas skapar en tryggare process.

Förändring och kris kräver ett STORT engagemang, mycket energi och därför måste vd själv känna sig positivt utmanad och stimulerad av förändring.

Sist men inte minst är viktiga egenskaper att vara offensiv, att se möjligheterna i krisen och våga agera på dessa. Det är ju så att i alla kriser förändras förutsättningarna och spelreglerna, vilket också skapar stora möjligheter. Då gäller det att ha en vd som ser dessa.

Bioinvents Fas 1 framgångsrik

Bioinvents preparat, BI-204, för förebyggande av hjärt-kärlsjukdomar är säkert och tolereras väl. Det är det positiva resultatet av den första kliniska studien, som nyligen avslutats. De positiva fas I-resultaten ger stöd för kommande beslut om att gå vidare med start av fas II-studier. Preparatet är ett antikropps-läkemedel, som ska förebygga för höga halter av LDL-kolesterol i blodet.

Studien genomfördes i Danmark där preparatet gavs i ökande doser till 80 friska personer med förhöjda kolesterolvärden. Syftet var att undersöka dess egenskaper, säkerhet och tolererbarhet. De goda resultaten gör att Bioinvent nu förbereder nästa fas av de kliniska studierna.

– Fas I-studien visar att BI-204 är säker och tolereras väl. De prekliniska resultaten indikerar att BI-204 markant reducerar plackbildningen. Detta kan i sin tur sannolikt reducera både dödlighet och sjukdomsfrekvens hos patienter med kranskärlssjukdomar. Enligt vår uppfattning saknas det i dag läkemedel som har någon större effekt på den bakomliggande sjukdomsorsaken, säger BioInvents VD Svein Mathisen.

BI-204 utvecklas av Bioinvent i samarbete med amerikanska Genentech, som ägs av läkemedelsjätten Roche. Samarbetsavtalet ger Genentech kommersialiseringsrättigheterna i Nordamerika, medan rättigheterna för övriga världen kvarstår hos Bioinvent.

Anders Lidén ny vd på Investa

Anders Lidén blir ny vd i riskkapitalbolaget Investa. Han kommer närmast från vd-posten i Sundsvalls kommuns holdingbolag Stadsbacken och har tidigare varit vd för Sundsvall Energi och Vattenfall Naturgas.

Investa, med säte i Sundsvall, startades 2005. Det ägs av Industrifonden och ett konsortium med SCA, SEB och Länsförsäkringar samt en grupp privata investerare. Bolaget har nyligen gått samman med det jämtländska riskkapitalbolaget Aktiva Invest. Investa har ett tiotal bolag i portföljen och förvaltar ca 100 miljoner kronor.

Företagsacceleratorn sätter fart på tillväxten

Ökad tillväxt och fler jobb i svenska små och medelstora företag - det är målet med Företagsacceleratorn. Nu drar den igång över hela landet i ett stort projekt, som drivs av entreprenörsnätverket Connect Sverige.

– Fungerande små och medelstora företag är den glömda målgruppen, säger Johan Carlstedt, vd för Connect Sverige. De flesta aktörer fokuserar på nystartade bolag, men i detta projekt är det bolag med en omsättning på mellan 30 och 250 miljoner kronor som gäller.

Hjälp till självhjälp

Projektet syftar till att få etablerade små och medelstora företag

att växa. Tanken är att ge bolagen hjälp till självhjälp, att få dem att inse vilka förändringar som måste till för att det ska bli någon tillväxt. Acceleratorn har hittills bara funnits i Västra Götaland, men ska nu lanseras över hela Sverige i ett stort projekt på totalt 15 miljoner kronor. Det finansieras av Trygg-Hansa, Tillväxtverket (fd Nutek) och EU tillsammans med lokala partners i varje region.

Målet under första året är låta ett 40-tal utvalda tillväxtbenägna företag få gå igenom Företagsacceleratorn i varje region.

Connect Väst, som är ett av nätverken i Connect Sverige, har utvecklat idén med Företagsacceleratorn. Sedan starten 2005 har ca 140 företag gått igenom processen som inleds med en behovsanalys av en extern panel. Den klargör inom vilka områden företaget behöver hjälp. Sedan utser Connect kompetenspartners och mentorer ur sitt stora nätverk. Dessa personer har expertkunskap inom olika områden och ska hjälpa företaget med förbättringar – allt i syfte att kunna växa.

Sår ett frö

– Vi sår ett frö hos entreprenören, men det är alltid han eller hon som avgör om det ska bli någon förändring. Det säger Magnus Gelkén, regionchef på Connect Väst, om de företag som går igenom Företagsacceleratorn.

Det är inte vilka företag som helst som får delta i Företagsac-

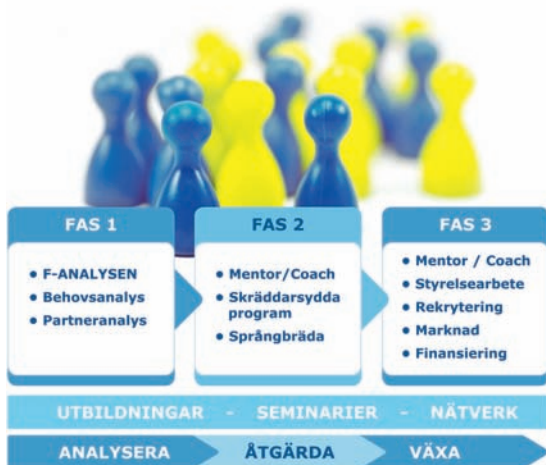
celeratorn. De som får vara med ska ha potential och vilja att växa samt vara villiga att öppna sig för extern kompetens. Varje företag får vara högst tre år i Acceleratorn, sedan ska nya företag in. Ett vanligt resultat av processen är att företagen inser värdet av att få in externa styrelser.

Extern feedback

– Då får de ju extern feedback även sedan de slutat i Acceleratorn, säger Magnus Gelkén.

Finessen med Företagsacceleratorn är att företagen mot en låg kostnad – 15 000 kronor – får tillgång till den expertis de behöver. Experterna hämtas ur Connects nätverk i varje region, där ett stort antal personer hjälper företag med kunskaper inom försäljning, rekrytering, marknadsföring, redovisning, strategier och mycket mera.

Experterna ställer upp utan kostnad, men räknar med att bli anlitade den dag företaget vuxit sig tillräckligt stort för att kunna anlita en extern konsult.



Företagsacceleratorn har utvecklats av CONNECT Väst och är ett program för att få små och medelstora företag att växa. Metodiken grundar sig på trestegsmodellen analysera – åtgärda – växa.

I Företagsacceleratorn får varje enskild entreprenör tillgång ett unikt affärsnätverk med individuellt anpassade kompetenser och resurser. Arbetet sker ute på företaget och man arbetar med att vässa de områden där det enskilda företaget har störst behov av utveckling.



Johan Carlstedt, vd för CONNECT Sverige, ska nu etablera Företagsacceleratorn över hela Sverige:

– På detta sätt kompletterar vi vårt arbete med att stödja start-ups med att även arbeta med SME-företag som behöver en nytändning. Det kan t ex vara företag som stagnerat, som står inför ett generationsskifte eller som har växt för snabbt och därför saknar nödvändiga strukturer.

Fakta om CONNECT

CONNECT är Sveriges största nätverk och ideella organisation för den som vill utveckla och ta sitt företag ett steg vidare.

CONNECT stimulerar utvecklingen av tillväxtföretag genom att sammanföra entreprenörer med kompetens, kapital och nya marknader. Målet är att påskynda tillväxtföretagens kommersialisering och att skapa fler arbetstillfällen. Hos CONNECT får entreprenörer träffa experter från näringslivet som genom kostnadsfria insatser hjälper dem att hitta rätt fokus och paketera sina idéer. CONNECT har funnits 10 år i Sverige och finns i sex regioner runt om i Sverige.

CONNECT Sverige har 1998–2008 finansierats av bland andra Industrifonden.

Läs mer på www.connectsverige.se



Ove och Sven-Ove Johansson driver Bollebygds Emballage sedan 20 år. De behövde tankar och idéer från utomstående och det fick de via Företagsacceleratoren. Nu håller de för första gången på att skriva en marknadsplan. Målet är att fördubbla omsättningen till 30 miljoner kronor om fem år.

Bollebygds Emballage lärde nytt

– Vi som litet företag hade aldrig haft råd att köpa de konsulttjänster vi fick tillgång till genom Företagsacceleratoren. Det säger Ove Johansson, vd för familjeägda Bollebygds Emballage i Bollebygd utanför Borås.

Han har drivit företaget, som tillverkar skräddarsydda emballage till verkstads- och elektronikindustri, tillsammans med kusinen Sven-Ove Johansson i 20 år. När de gick med i Företagsacceleratoren 2008 stod Volvo för 60 procent av omsättningen, sedan krisen kom i höstas står de för 20 procent. Ett rejält avbräck således.

Så krisen är orsaken till att Acceleratoren ännu inte resulterat i någon tillväxt här, men Ove Johansson är nöjd ändå:

– Det har varit en jätteresa för oss. Hela företaget har blivit genomlyst och vi har fått hjälp att strukturera organisation, försäljning och strategi.



Marie Nyström-Rahner, vd på Etcetera Offset i Borås, tycker att det är väldigt viktigt att som litet företag få tillgång till den expertis och kompetens som Connect Västs Magnus Gelkén och Företagsacceleratoren erbjuder.

Ny generation på Etcetera tryckeri

Det var när Marie Nyström-Rahner och hennes syskon skulle ta över tryckeriet Etcetera Offset i Borås från fadern och grundaren som de tog hjälp av Företagsacceleratoren.

– Hela konceptet har fått oss att jobba framåt och att stegvis kunna ta över företaget, säger Marie Nyström-Rahner. Vi fick bra bollplank, nya idéer och en väg som hjälpte oss att gå framåt.

Tidigare levde företaget på faderns yrkeskunskap. Han var

grundare och jobbade i tryckeriet. Företaget hade t ex ingen riktig vd. Det har det blivit ändring på nu. Nu finns det en strukturerad organisation med Marie som vd. Alla vet vem som gör vad och det finns en riktig affärsplan.

MIAB säljer FAS

Malmöhus Invest, MIAB, har tillsammans med övriga ägare sålt samtliga aktier i FAS Machinery International till Midway Holding. MIAB, som ägde 30 procent av bolaget, hade varit delägare i FAS sedan 1993.

– Verksamheten har varit vinstgivande och givit ägarna god, kontinuerlig avkastning genom åren i form av utdelning, säger MIAB:s vd Håkan Nelson. Avkastningen, inklusive reavinst, över de sexton åren uppgår till mer än 100 procent årlig förrentning (IRR). Vi är således mycket nöjda med denna affär.

FAS säljer utrustning för konvertering av plastmaterial till produkter på rulle och levererar maskiner över hela världen.

Pemectra i konkurs

Pemectra Lasertech i Trollhättan, som laserbearbetar plåt- och metallprodukter, har begärts i konkurs.

Permectra, som är underleverantör till bilindustrin, främst Saab, har drabbats hårt av nedgången i marknaden från oktober i fjol.

Accedo i partnerskap med Philips

Accedo Broadband har inlett ett samarbete med Philips Consumer Lifestyle. Hädanefter ska Philips nya Net TV-apparater kunna ta emot Accedos tjänster. Genom Net TV fungerar internet lika bra på TV:n som på pc:n. Utan att behöva starta upp en dator kommer man på ett enkelt sätt åt sina favorittjänster på webben via TV:n och fjärrkontrollen. Accedo är nu en av de leveratörer som ska förse Net TV med innehåll.

– Detta är en viktig milstolpe för oss, säger Accedos vd Michael Lantz. Philips är en av de ledande TV-leverantörerna i Europa och vi har arbetat med dem under produktutvecklingsfasen av Net TV i flera år.

Accedo utvecklar interaktiva tjänster för IPTV och uppkopplad TV, t ex spel för barn och vuxna, frågesporter, karaoke, matrecept med rörliga bilder.

Ostron på tillväxt på Koster

Det är nog inte många som anar att Sveriges första ostronkläckeri döljer sig bakom de faluröda väggar, som så naturligt smälter in i pittoreska Ekenäs hamn på Sydkoster. Här driver Ostrea sedan ett år tillbaka odling av ostronyngel, som när de vuxit sig tillräckligt stora ska planteras ut i havet.

När bolaget når full drift 2015 ska det skörda 3 miljoner ostron om året och omsätta 30 miljoner kronor.

– Hade jag begripit hur komplicerat det hela skulle bli, så hade jag nog aldrig dragit igång, säger Ostreas vd, grundare och eldsjäl Karl-Johan Smedman.

Hans vision är att kombinera vattenbruket med turistverksamhet och på så sätt skapa ett antal arbetstillfällen här uppe i norra Bohuslän. I början var det inte många som trodde på detta, men i takt med att projektet utvecklades så är det allt fler – kommuner, banker, investerare, EU med flera – som tycker att Smedmans idé inte är så dum i alla fall.

Frankofil

Karl-Johan har alltid varit frankofil och han tycker om ostron. Men den allra finaste sorten, det platta ostronet *Ostrea Edulis* är svårt att få tag på i Frankrike, där de äter flest ostron i världen (30 st per person och år). Det lämpar sig dock utmärkt att odla i de kyliga och näringsrika vattnen i norra Bohuslän. Men när Karl-Johan presenterade sin idé att börja odla ostron där var det inte många som nappade. Banken sa tvärt nej och lokalbefolkningen på Koster var inte heller imponerad:

– Min granne Bertil brukade fråga om jag inte skulle skaffa mig ett riktigt jobb istället, berättar Karl-Johan Smedman.

Han lät sig dock inte nedslås, utan hyrde ett vatten för provodling. Där tillbringade han tre år med att testa hur det skulle fungera att odla ostron i Sverige. När Tjärnö Marinbiologiska laboratorium i Strömstad bekräftat att hans teorier om ostronodling i stor skala var genomförbara, så blev det lite lättare. 2006 bildades bolaget Ostrea och fick in 20 miljoner i startkapital, bland annat från Industrifonden. Sedan dess har bolaget fått in ytterligare 20 miljoner kronor, varav 10 från EU.

Kläckeri på land nytt grepp

Det kalla klimatet i Sverige har hittills gjort det svårt att ha en hållbar produktion av ostron. Men Ostrea löser detta genom att odla ynglen under kontrollerade former i ett kläckeri på land – ett helt nytt grepp – och sätta ut dem i havet först när de blivit ca 5 mm stora. Där får de växa till sig i korgar förankrade i långa linor de tre år det tar innan de blir fullvuxna. Ostrea sköter hanteringen i kläckeriet, medan själva odlingen ute i havet sköts av ett antal underleverantörer, så kallade kontraktsodlare.

Därefter ska de plockas, föras till Ostreas beredningscentrum, där de ska kontrolleras, packas och distribueras till slutkunderna, grossister främst i Frankrike.

Hela denna process är helt ny. Det finns inget liknande kläckeri i hela världen, så allt måste testas fram.

– Vi har ägnat det år som gått sedan kläckeriet stod färdigt åt intrimning av en helt ny produktionsprocess, säger Karl-Johan Smedman. Ingen annan har gjort detta tidigare, så vi lär oss under tiden.

De franska ostronodlare och marinbiologer, som också är delägare i Ostrea, har hjälpt till att designa processen.

Naturlig miljö utan bakterier

Ostrea har åstadkommit en imponerande anläggning. På 1200 kvadratmeter förvaras föräldra-

ostron, larver och yngel i olika tillväxtstadiet i stora kar – allt minutiöst övervakat. Kläckeriprocessen är den känsligaste delen i ostronodlingen och här söker man efterskapa en naturlig miljö utan bakterier, virus och annat som finns ute i havet. Dessutom odlar Ostrea de växtplankton som ostronen äter. Detta kräver en hel del teknik, också skräddarsydd för ändamålet.

För närvarande har Ostrea 800 föräldraostron igång. Dessa ska producera ca 200 miljoner ostronlarver om året. Svinnet är stort, så detta beräknas resultera i ca 3 miljoner färdiga ostron per år. Än så länge är ynglen för små för att planteras ut i havet. Men i augusti i år ska de första ynglen sättas ut i havet. Och om allt går enligt plan kan de första helt svenskodlade läckerheterna skördas 2012.

Karl-Johan Smedman, vd och grundare av Ostrea, tänker skörda egenhändigt odlade ostron i havet utanför Koster inom tre år. Tanken är att sälja dem till Frankrike, men även i Sverige där intresset för ostron ökar stadigt. Mellan 2002 och 2007 ökade den svenska importen av ostron med 900 procent till 325 ton. Dessutom är ostron rena hälsokosten: fettsnåla, men rika på proteiner, vitaminer och mineraler.



Industrifondens syn:

– Detta kan tyckas vara en udda investering, men med Karl-Johan Smedmans drivkraft, kunskaper och nätverk, så tror vi att detta kan bli ett mycket lyckat projekt, säger Thomas Carlström, investeringsansvarig på Industrifonden. Detta är en helt ny typ av industri, som kan komma att ge både arbetstillfällen och turistintäkter till Bohuslän.