

Interview med Agro Business Park	Ansvarlig	BOO
	Oprettet	18-12-2014
	Side	1 af 1

Sammenskriv af interview med Agro Business Park (ABP) omkring rollen som Inkubations aktør i landbruget. Som inkubator tilbyder de faciliteter, netværk og vejledning, der skal sikre, at den enkelte iværksætters og udviklingsafdelings potentiale udnyttes optimalt.

ABP rolle er, at skabe nye CVR-numre ud fra de gode ideer der er omkring jord- og husdyrbrug og relaterede brancher. Med base i vidensmiljøerne i Foulum og Agro Food Park fokuser de på teknologiske løsninger der kan skabe virksomheder. Der kommer nogle henvendelser fra vidensmiljøerne men de fleste kommer fra iværksætter rundt om i landet. Det er de færreste ideer der kommer fra landbruget de fleste kommer fra fødevareproduktionen.

ABP assistere entreprenører med at forme og definere forretningsplaner, formidle kontakten til samarbejdspartnere, assistere i ansøgninger til fonde og skabe kontakt til investeringsfonde. Kompetencerne i driften af inkubationsmiljøet er fokuseret på projektledelse, ansøgningskrivning, forretningsudvikling, facilitering, netværk og entreprenant.

Det er meget kendetegnene for ABPs virke, at arbejdet med entreprenørerne ofte begynder flere år i forvejen før de kommer på markedet med et produkt. Tiden går med at søge investorer, afklare og udvikle teknologi og opbygge forretningen. Inkubationen er derfor en langsigtet investering for erhvervet, hvor der er eksempler på over fem års arbejde før virksomheden bliver salgsaktiv.

Kontakten til entreprenøren sker som tommelfingerregel gennem den årlige innovationskonkurrence som ofte får folk med en ide til at kontakte eller indsende den til ABP. Kontakten opstår også som følge af opsøgende arbejde fra ABP der reagerer på alle kontakter og oplysninger opstår. Sjældent kommer kontakten fra entreprenøren direkte til ABP.

Det er bydende nødvendigt for det samarbejde der skal skabes at kontakten til nye entreprenører er på personlige vilkår og ikke én-til-mange markedsføring.

Udfordringen ligger i at spotte ny entreprenører der går med en god ide. Dette er problematisk idet de ofte holder ideerne tæt på kroppen og ikke er offentlig med dem. Derfor er det vigtigt at indgå i netværk og med entreprenørerne eller med de folk der kende dem. Men dette er en af de store udfordringer i at være inkubationsmiljø.

ABP benytter også én-til-mange markedsføring i form af nyhedsbreve og pressemeddelelser men indtrykket er, at det ikke dem der skaber kontakten til entreprenøren.

En af fordelene ved, at ABP er organiseret så der er mulighed for at komme med i projekter, erhversfremmehjælp, få hjælp til ansøgninger og komme ind i inkubationsmiljøet er at der er muligheder for alle de virksomheder de henvender sig til. De kontakter derfor aldrig en potentiel "kunde" forgæves. Hvilket er en af forudsætningerne for at få et godt omdømme og en kendskabsgrad der er med til at genere nye kontakter.

Hvorfra entreprenørens ide opstår, er svær at sætte ord på men der er nogle linjer i at de ofte opstår fra områder de arbejder med i deres job, et forskningsområde, en irritation der påvirker dem dagligt også er der en gruppe som *Blue Sky Thinker*. Det er et andet kendetegn at ideerne i reglen alle er teknologisk drevet og fokuseret, meget få er fokuseret på andre forretningsmodeller.