

RINGVIRKNINGSANALYSE AV MEDIEKLYNGEN I BERGEN

Bakgrunn og formål

I forbindelse med at NCE Media har deltatt i klyngeprogrammet i over 10 år, har Menon Economics gjennomført en sluttevaluering av klyngen. Hensikten er dokumentere effektene av klyngens arbeid og vurdere klyngens sammensetning og organisering.

I lys at denne evalueringen ønsker NCE Media å dokumentere hvilke økonomiske ringvirkninger som genereres av medlemsbedriftenes aktivitet. Med denne rapporten ønsker vi å illustrere to aspekter:

- 1) Hvilke verdier NCE Medias medlemmer skaper, i form av direkte sysselsetting og verdiskaping.
- 2) Hvordan mediebedriftene legger grunnlag for både sysselsetting og verdiskaping i andre næringer.

En beregning av disse effektene gjøres gjennom Menon ringvirkningsmodell, den såkalte ITEM-modellen. Modellen skiller seg ut ved å kunne beregne effekter helt ned på kommunenivå.

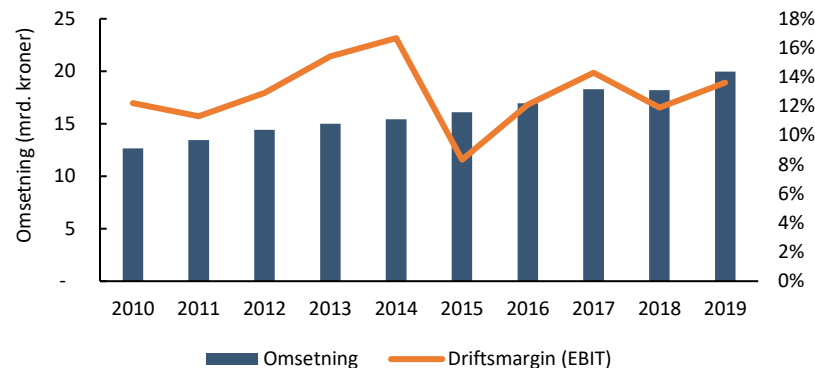
Prosjektet ble gjennomført i fra april til juni i 2021 og Menon Economics takker Media City Bergen for et spennende prosjekt, samt et interessant og effektivt samarbeid.

NCE Medias bedrifter har opplevd god vekst i en rekke hovedvariabler det siste tiåret. I figur 2 til høyre ses utviklingen i omsetning i næringen fra 2010 til 2019. Fra 2010 til 2019 har den samlede omsetningen økt med over 50 prosent. Det går klart frem at oppgangen har vært betydelig, langvarig og stabil, og næringen har ikke opplevd et eneste år med omsetningsnedgang i perioden. Lønnsomheten har ligget stabilt mellom 11 og 14 prosent, med unntak av 2015. Dette var et unntakets år for klyngens medlemmer. Driftsmarginene falt betydelig, og det samme gjorde verdiskapingen. Men fra 2016 har klyngen igjen opplevd betydelig vekst.

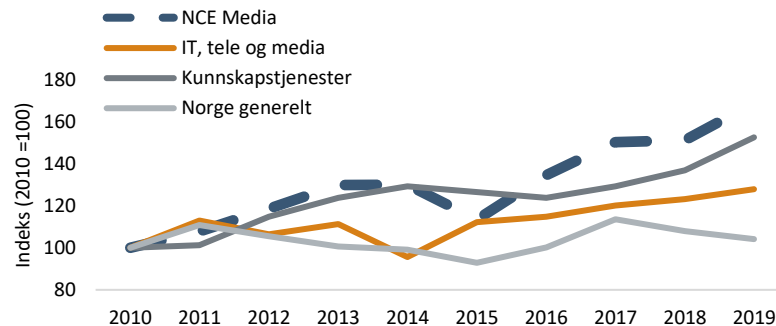
Samtidig har verdiskapingsandelen holdt seg høyt. Verdiskapingsmarginen er et mål på hvor mye avkastning som samlet sett skapes til både arbeidskraften og kapitalen per omsatt krone. Gjennom hele perioden har verdiskapingsandelen vært på mellom 38 og 42 prosent, betydelig høyere enn for norsk næringsliv som helhet. Sammenholdt peker utviklingen på en sektor i god utvikling.

Kombinasjonen av stabil omsetningsvekst og høy og stabil verdiskapingsmargin, har betydd en imponerende oppgang i verdiskapingen de siste 10 årene. I figur 3 til høyre ser vi hvor sterk veksten har vært relativ til verdiskapingsveksten i ITK-næringen, næring for kunnskapstjenester og for norsk næringsliv generelt. Vi ser at NCE Medias medlemmer har opplevd betydelig sterkere vekst i verdiskapingen enn resten av IKT-næringen. Kunnskapstjenester (som inkluderer alt fra tekniske og forretningsmessige rådgivere, analyseselskaper og advokater) har opplevd lignende, men noe svakere utvikling.

Figur 2. Omsetning og driftsmargin for medlemsbedriftene i NCE Media. Løpende priser. 2010-2019. Kilde: Menon



Figur 3. Indekset utvikling i verdiskaping for NCE Medias medlemmer, IT og telemedia, kunnskapstjenester og Norge generelt. Løpende priser. 2010 = 100. Kilde: Menon



- Modellresultatene fra denne studien peker på at virkningene av den økonomiske aktiviteten hos NCE Medias medlemsbedrifter er betydelige.
- Medieklyngen skaper og legger grunnlag for over **16 milliarder i verdiskaping årlig**. Verdiskaping er enkelt sagt summen av lønn til arbeidere og profitt til bedrifter. Verdiskapingseffektene fordeler seg på 8,4 milliarder i direkte verdiskaping hos klyngebedriftene, og 7,9 milliarder i indirekte effekter.
- Utover de **4 900 ansatte i mediebedriftene** finner vi at leveranser til næringen står bak **6 500 personer i andre bedrifter**. Disse er ansatt i bedrifter som leverer en lang rekke varer og tjenester til mediebedriftene.
- Mens den økonomiske aktiviteten er konsentrert rundt Bergen, er de indirekte effekter også betydelige i Oslo og Rogaland.

Nøkkeltall



Verdiskapingseffekter:
16,3 milliarder kroner



Sysselsettingseffekter:
11 400 sysselsatte



Produktivitet:
1,4 millioner per sysselsatt

Syssetning=
4900 personer
Verdiskaping=
8,4 mrd kr

Direkte effekter –

Verdiskapings- og sysselsettingseffekter fra NCE Medias medlemmer

Syssetning=
6500 personer
Verdiskaping=
7,9 mrd kr

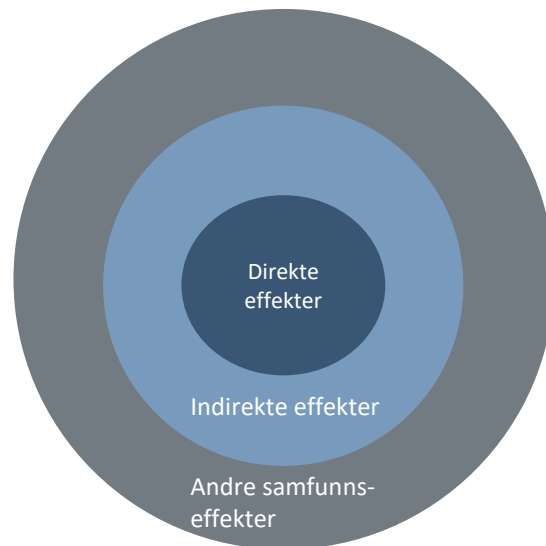
Indirekte effekter–

Verdiskapings- og sysselsettingseffekter basert på medlemsbedriftenes innkjøp nedover i verdikjeden.

Kvalitativ
vurdering

Andre samfunnsgevinster–

Effekter i form av økt produktivitet og kunnskapsspredning i næringen.



SAMFUNNSBIDRAG:

16,3 milliarder kroner i verdiskaping
+ ikke-prissatte virkninger

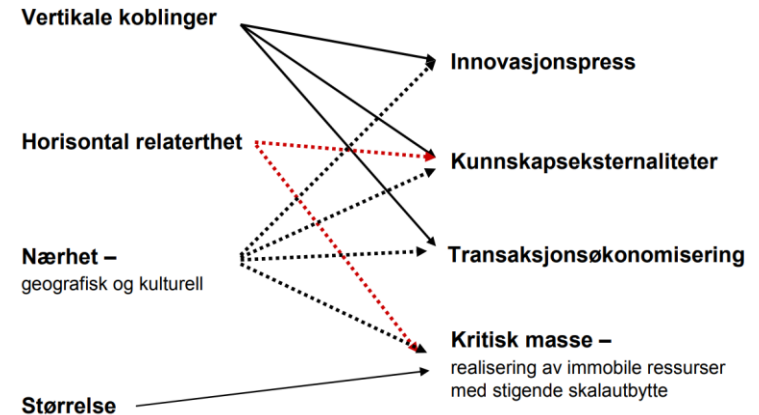
Medlemmene i NCE Medias genererer også andre samfunnsgevinster utover de tallfestede gevinstene som fremkommer av Menons ringvirkningsmodell. Disse samfunnsgevinstene er vanskelig å tallfeste, men er like fullt viktige for kunnskapsutvikling, innovasjonsaktivitet og produktivitetsvekst. Kjernen i ethvert klyngeprosjekt er samhandlingsbaserte aktiviteter som bidrar til å realisere synergier på tvers av medlemmene.

Et egnet rammeverk for å beskrive disse gevinstene finnes blant annet i Jakobsen (2008), som trekker frem fire egenskaper ved en klynge som bidrar til å generere oppgraderingsmekanismer, altså mekanismer som bidrar til å gjøre klyngen mer konkurransedyktig og produktiv. Dette er presentert i figuren til høyre. Alle de fire oppgraderingsmekanismene er tilstede i NCE Media, og bidrar til å realisere synergiene i klyngen.

Innovasjonspress genereres både som følge av geografisk og kulturell nærhet, og de vertikale koblingene (kunde-leverandør-koblinger) i klyngen. NCE Medias medlemmer representerer en stor del av verdikjeden innen mediebransjen. Særlig viktig er koblingen mellom de redaktørstyrte mediene, som produserer ulike former for innhold (tradisjonelle aviser, nett, video, lyd), og medieteknologibedriftene, som utvikler nye produkter og tjenester tilpasset mediebedriftene. Nærhet og vertikale koblinger gjør at innovasjonsimpulser formidles tydeligere, mer direkte og gjør det enklere å ha tett oppfølging av prosjekter og samarbeid.

Kunnskapseksternaliteter genereres både som følge av vertikale koblinger, horisontal relaterthet og nærhet til hverandre. Dette ved at kunnskap fra markedet følger leverandørstrømmene bakover i verdikjeden, flyt av ansatte mellom bedriftene og gjennom effektive møteplasser. NCE Media har bidratt til å skape en innholdsrik arena for samhandling og nettverk. Den fysiske bygningen i Media City Bergen, som huser både medlemsbedrifter og klyngeadministrasjonen, har bidratt til å skape et naturlig samlingspunkt for næringen, et samlingspunkt der kunnskap deles og formidles i formelle og uformelle settinger.

Figur 10. Strukturelle klyngeegenskaper og oppgraderingsmekanismer. Kilde: Jakobsen (2008). Næringsklynger – hvordan kan de beskrives og vurderes? Menon-publikasjon 1/2008.



På samme måte som for innovasjonspress bidrar både geografisk og kulturell nærhet og vertikale koblinger til **transaksjonsøkonomisering**. Dette kan forstås som mekanismer som bidrar til å redusere transaksjonskostnader. Begge faktorer kan bidra til økt tillitt, som igjen bidrar til mer effektiv kommunikasjon og muliggjør nære samarbeidsrelasjoner. Funnene fra spørreundersøkelsen, som ble gjennomført i forbindelse med sluttevalueringen, viser at et klar majoritet av klyngens medlemmer mener at klyngeprosjektet har ført økt tillitt og en fellesskapsfølelse som ikke fantes tidligere. Fire av fem mener også at samarbeidet i klyngen er preget av åpenhet. NCE Media bidrar derfor til å redusere barrierene for samarbeid og øke tilliten mellom aktørene i klyngen.

Siste oppgraderingsmekanisme er **kritisk masse**, som forstås som realisering av stedbundne ressurser med skalafordeler. Stedbundne ressurser som kan være viktig infrastruktur, som for mediaklyngen både inkluderer realiseringen av bygningen Media City Bergen, men også innovasjonsinfrastruktur som Medielab og journalist lab (Jolab). Både ved at en tilstrekkelig stor andel bedrifter etterspør dette, og ved at bedriftene har tilsvarende behov, bidrar klyngen til å realisere verdifulle ressurser som trolig ikke ville blitt realisert uten klyngen. Andre eksempler på slike ressurser er tilpassede utdanningsprogram. NCE Media har utstrakt samarbeid med en rekke utdanningsinstitusjoner, og har sammen med Universitet i Bergen etablert tre av landets mest etterspurte utdanningsprogram.