

ER COWORKING SPACE ET GODT TILBUD FOR GRÜNDERE?

ISELIN KRISTINE MAUSETH er utdannet siviløkonom fra Handelshøgskolen Nord universitet med spesialisering innenfor entreprenørskap og innovasjonsledelse. Hun tar for tiden en doktorgrad i entreprenørskap på samme institusjon. Artikkelen er basert på Mauseths avsluttende masteroppgave i 2017.

GRY AGNETE ALSOS er siviløkonom (SiB), Master of Research og dr.oecon. (HHN) og er ansatt som professor i innovasjon og entreprenørskap ved Handelshøgskolen Nord universitet, hvor hun blant annet har ansvar for doktorgradsutdanningen. Hennes forskningsinteresser er knyttet til bedriftsetablering, innovasjon i små og mellomstore bedrifter, og dessuten betydningen av kjønn for entreprenørskap og innovasjon.

SAMMENDRAG

Coworking spaces har vokst frem som et tilbud til gründere på siden av det offentlige tilbudet, og antallet coworking spaces i Norge øker raskt. Coworking spaces er kontorlokaler hvor gründere, selvstendig næringsdrivende, frilansere og andre kan leie kontorplasser, og sammen skaper medlemmene et arbeidsfellesskap. Denne kvalitative studien omhandler gründere som er tilknyttet et coworking space. Formålet er å bidra til mer kunnskap om dette fenomenet. Et coworking space tilbyr gründere fysiske kontorlo-

kaler og arrangerer varierte kurs og seminarer tilpasset gründeres behov. Studiet viser at involveringen i et coworking space i stor grad kan forenkle ressursanskaffelser for gründere i oppstartsfasen, forutsatt at gründeren engasjerer seg i fellesskapet, og ikke bare bruker det som kontorplass. Det er særlig nettverket som skapes, som er kilde til ulike ressurser for gründerne som engasjerer seg i fellesskapet.

1 INNLEDNING

Årlig etableres det flere tusen nye aksjeselskap i Norge av gründere som har en forretningsidé de ønsker å realisere, men mange av disse lykkes ikke. I Norge tilbys flere ulike offentlige virkemidler for å støtte gründerne i oppstartsfasen med formål å skape levedyktige og vekstkraftige bedrifter. Med støtte fra Siva finnes det for eksempel en rekke næringshager og inkubatorer. Disse tilbyr lokaler og ulike tjenester til gründere som forsøker å lykkes med å realisere innovasjoner og å skape ny

virksomhet. Inkubatorer har utviklet seg fra primært å tilby samlokalisering av gründerbedrifter noen tiår tilbake, til i dag å levere en rekke ulike tjenester for å bistå gründerne gjennom oppstartsfasen (Bruneel mfl., 2012), ofte beskrevet som en inkubasjonsprosess. I senere tid har det også vokst frem lignende private initiativer, såkalte *coworking spaces*.

Et *coworking space* er et kontorfellesskap for gründere, selvstendig næringsdrivende, frilansere og andre. Medlemmene skaper til sammen et arbeidsfel-

FIGUR 1 Coworking Spaces i Norge (eksempler).**Coworking Spaces i Norge**

- 657 Oslo, Oslo
- DIGS, Trondheim
- Flow, Tromsø
- HUB LHMR, Lillehammer
- MESH, Oslo
- Work-Work, Trondheim

lesskap, noe som forsterkes ved at coworking spacet også har ulike felles arrangementer for medlemmer og andre. Figur 1 gir en oversikt over noen populære coworking spaces i Norge. Coworking spaces kan sammenlignes med inkubatorer slik de var i den tidlige fasen. En inkubator tilbyr et inkubatorprogram for oppstartsbedrifter der ansatte rådgivere aktivt bidrar til utviklingen. Intensjonen til et coworking space er å generere interaksjoner, forbedre kreativiteten og gi en følelse av fellesskap (Fuzi mfl., 2015), uten at bedriftene går gjennom en strukturert prosess med rådgivning, slik som i en inkubasjonsprosess. Det er slik sett et enklere tilbud enn inkubatoren gir. Likevel velger noen gründere coworking space i stedet for inkubator.

I dette studiet har vi undersøkt hvordan et coworking space bidrar til å dekke noen av behovene gründerne har i oppstartsfasen, og hvilken verdi gründerne ser i tilknytningen til et coworking space. Problemstillingen er:

Hvordan opplever gründere at involveringen i et coworking space bidrar til å realisere deres forretningsidé?

Vi redegjør først for hva et coworking space er, og beskriver deretter et teoretisk rammeverk som knytter tilbudet fra coworking space til gründernes ressursbehov i bedriftsoppstartsprosessen. Deretter presenterer vi vår egen studie blant gründere i to coworking spaces i Trondheim: DIGS og Work-Work.

2 HVA ER ET COWORKING SPACE?

Coworking spaces beskrives som et nytt fenomen fordi det skiller seg fra gamle modeller for delt kontor plass (selvorganisert eller ikke) ved at et coworking space tilbyr kortsiktig utleie av kontorpulter på daglig, ukent-

lig eller månedlig basis (Merkel, 2015). Begrepet *coworking* refererer til praksisen rundt å jobbe ved siden av hverandre i et fleksibelt og delt kontorlandskap. Coworking spaces tilbyr fleksible og kostnadseffektive, gruppeorienterte arbeidsområder. Dette skal forenkle samarbeid, samhandling og nettverksbygging mellom medlemmene (Fuzi mfl., 2015).

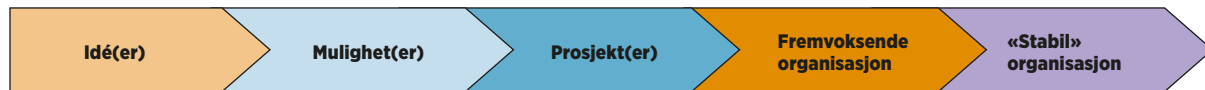
De fleste coworking spaces tilbyr ulike typer medlemskap hvor man betaler en fastsatt sum basert på hvilke tjenester man får tilgang til. Ved å ta en titt på hjemmesidene til ulike coworking spaces ser en at typiske tjenester som tilbys, er kontor plass 24/7, internett, møterom, kjøkken, gratis kaffe/te, kopimaskin og faks, ulike arrangementer, foredrag/kurs og renhold.

I tillegg er kontorlokalene gjerne fasilitert med arrangementslokaler og kafé for gründerne, noen steder tilbyr også prototypeverksted eller lignende. Typer medlemskap varierer. Ofte finnes det ulike medlemskap knyttet til om en ønsker en fast eller fleksibel kontor plass. Flere coworking spaces gir gründerne muligheten til å ha muligheten til å ha *drop-in*-medlemskap. Da betales en sum hver gang kontorplassen benyttes. Selv om det konkrete tilbudet først og fremst er kontor plass med tilhørende fasiliteter, er antagelsen gjerne at fellesskapet mellom coworkerne har en verdi. Dette forsterkes gjennom ulike typer arrangementer og sosiale aktiviteter. Gründeren/-erne som har startet opp coworking spacet, fungerer gjerne som fasilitatorer og tar seg av opptak av nye medlemsbedrifter og koordinering og planlegging av arrangementene som holdes. For å kunne forstå fenomenet coworking space og hvordan det appellerer til entreprenøren, har vi undersøkt hvordan det bidrar til å hjelpe gründerne i oppstartsprosessen, og hvordan gründerne opplever at det gir dem verdi.

3 OPPSTARTSPROSESSEN

Entreprenørskapsprosesser handler om å skape, evaluere og organisere nye forretningsmuligheter. En forretningsmulighet er en idé om noe man tror vil kunne skape verdi for andre. Organisering er en prosess for å skape en ny organisasjon over tid (Nielsen mfl., 2012). Fayolles (2003) prosessmodell gir et overordnet bilde av utviklingen av en ny bedrift og beskriver bedriftsoppstartsprosessen som delt inn i fem faser: entreprenøriell idé, mulighet, prosjekt, fremvoksende organisasjon og stabil organisasjon, se figur 2.

FIGUR 2 Prosessen fra idé til en «stabil» entreprenøriell organisasjon (basert på Fayolle, 2003, s. 40).



Hver fase medfører ulike behov. I løpet av prosessen skjer en utprøving av ideen samtidig som det gradvis investeres mer ressurser (Davidsson & Gordon, 2012). Tidlig utprøving mot eksterne aktører som potensielle kunder og samarbeidspartnere er viktig, siden det å forkaste et prosjekt i etableringsfasen vil føre til et mye større tap av ressurser enn en forkastet idé tidlig (Sarasvathy, 2001). Noen entreprenører formaliserer selskapet før de har vurdert om ideen er realiserbar, og om det faktisk er behov for det de ønsker å tilby markedet. For noen stopper prosessen opp – ofte blir prosjekter utsatt på ubestemt tid av ulike årsaker (Davidsson & Gordon, 2012). Oppstartsprosessen er kompleks, og progresjonen fra idé til en stabil organisasjon vil ikke alltid skje i rekkefølgen som figur 2 viser. Under hele prosessen må en vurdere om man skal fortsette ett steg videre, om man må gå ett eller flere steg tilbake, eller om man må forkaste hele forretningsutviklingen.

I entreprenørskapslitteraturen vektlegges stadig viktigheten av ressurser for å kunne følge opp en forretningsmulighet. Et coworking space skal bidra til å gi gründere i oppstartsfasen tilgang til verdifulle ressurser. Vi inntar et bredt perspektiv på ressurser, i tråd med ressursbasert teori, og setter det i sammenheng med kunnskap om hvordan et coworking space fungerer.

4 RESSURSER SOM TILBYS I ET COWORKING SPACE

Barney (1991) definerer ressurser som «all assets, capabilities, organizational processes, firm attributes, information, knowledge, etc. controlled by a firm that enable the firm to conceive of and implement strategies that improve its efficiency and effectiveness» (s. 101). Basert på dette har Greene og Brown (1997) kategorisert ressurser som fysisk, finansiell, human, sosial eller organisatorisk kapital.

FYSISK KAPITAL

Fysiske ressurser er ifølge Barney (1991) de materielle eiendelene som er nødvendige for å kunne gjennom-

føre det operasjonelle av virksomheten, som bygninger, inventar, tilgang til råmateriale, teknologi, maskiner, utstyr, osv. Et medlemskap i et coworking space gir gründere tilgang til et kontorlandskap som inneholder kontorplass, møterom, arrangementsarena, kjøkkenfasiliteter, internett, printer og en sofakrok (Leforestier, 2009). Et coworking space er tilpasset gründere som har en oppstartsfase som består av planlegging, papirarbeid og møtevirksomhet (Strauss, 2013). Dette er kontorarbeid som nesten kan gjøres hvor som helst, så lenge man har tilgang til en bærbar datamaskin, strøm og internett. Flexibiliteten i tilgangen til kontorlokalene til et coworking space kan derfor være gunstig for gründere.

FINANSIELL KAPITAL

Greene og Brown (1997) ser på finansiell kapital som alle finansielle midler som benyttes for å starte, drive og utvikle en virksomhet. En av fordelene med å knytte seg til et coworking space er at det er mindre kostbart enn å ha sitt eget kontor (Leforestier, 2009). Et medlemskap i et coworking space kan være en indirekte måte å få tilgang til finansiell kapital på ved at en får billig husleie, eller at en kommer i kontakt med investorer som er knyttet til coworking spacet (Van Weele mfl., 2014; Leforestier, 2009). Noen coworking spaces tilbyr også finansielle fordeler gjennom delte tjenester som bistand med regnskap, lover og regler, og design-tjenester.

HUMANKAPITAL

Humankapital dreier seg om menneskers kunnskap og ferdigheter som kan være med på å øke gründerens produktivitet (Nielsen mfl., 2012; Greene & Brown, 1997). Mange coworking spaces holder kurs og foredrag for medlemmene. Ved å delta på disse kan gründeren øke sin egen humankapital. Kunnskapsdeling gjennom nettverk er en av de viktigste funksjonene ved coworking spaces og er ansett som en av de største fordelene for medlemmene. Det interne nettverket som skapes mellom medlemsbedriftene, skal føre til kunnskapsut-

veksling. Dette kan finne sted både formelt og uformelt, på profesjonelle seminarer eller sosiale arrangementer (Fuzi mfl., 2015).

SOSIAL KAPITAL

Sosialkapital er en betegnelse for summen av de faktiske og potensielle ressursene som kan gjøres tilgjengelig gjennom det nettverket av relasjoner som bedriften har (Sharada & Iyer, 2015). Coworking spaces legger til rette for at det skal oppstå sosiale bånd mellom medlemsbedriftene gjennom fellesarealer og arrangementer i lokalene. Samtidig bidrar de til å minske de personlige barrierene for nettverksbygging for gründere gjennom ulike arrangementer der gründerne kan komme i kontakt med representanter fra andre deler av næringslivet, enten det er underleverandører, investorer eller kunder (DeGuzman & Tang, 2011). Det å dele arbeidsplass med andre som er i samme situasjon som en selv, gjør at en får en bedre forståelse av hverandre og situasjonen man befinner seg i (Tötterman & Sten, 2005). Gjensidig tillit er en forutsetning for å dele informasjon, kunnskap og ideer. Medlemmene i et coworking space kan gjennom gjentagende samhandling bygge sterke bånd som skaper tillit og en felles identitet (Nahapiet & Goshals, 1998).

ORGANISATORISK KAPITAL

Organisatoriske ressurser omfatter bedriftens struktur, rutiner og systemer (Dollinger, 2008). Organisatorisk kapital er derfor gjerne immaterielle eiendeler, som det tar lang tid å bygge opp, og som det er vanskelig å anskaffe fra andre. En del organisatoriske ressurser kan imidlertid skaffes eksternt og kombineres med bedriftens egne rutiner og systemer. Noen coworking spaces tilbyr medlemsbedriftene tjenester knyttet til regnskap og lovgivning i samarbeid med partnere (Van Weele mfl., 2014). Disse tjenestene kan fylle organisatoriske roller i oppstartsbedrifter ved å bidra med kunnskap og erfaring som oppstartsbedriften ikke besitter. Oppstartsbedriftene kan også utvikle immaterielle ressurser ved at medlemmene deler kunnskap seg imellom (Van Weele mfl., 2014).

LEGITIMITET

Oppstartsbedrifter kan møte utfordringer med å få tak i nødvendige ressurser siden de er nye. Statusen som ny og med en kort historie å vise til kan for eksempel gjøre det vanskelig å få aksept i markedet (Fisher mfl.,

2016; Laursen mfl., 2015). For å håndtere denne utfordringen trenger bedriftene å skape legitimitet (Fisher mfl., 2016). Ved å knytte seg til et coworking space kan en dra nytte av suksesshistorier til andre oppstartsselskaper som har vært knyttet til samme coworking space. Dette kan indirekte gi dem legitimitet og dermed tilgang til ressurser ved at finansierer, samarbeidspartnere, kunder eller leverandører oppfatter dem som kvalitets-sikret av et coworking space de har tillit til.

5 METODE

Denne studien baserer seg på intervjuer med gründere knyttet til to coworking spaces i Trondheim. Ettersom det er en stor variasjon i profilene til de forskjellige coworking spacene, valgte vi to ulike coworking-kontekster, DIGS og Work-Work. DIGS har en bred tilnærming og har medlemsbedrifter som opererer innenfor flere forskjellige bransjer, og huser mellom 40 og 50 medlemsbedrifter. Work-Work har en smalere profil og retter seg spesifikt mot spill- og IT-bransjen. Hos Work-Work sitter det en blanding av gründere, selvstendig næringsdrivende og mer etablerte bedrifter som Bertheussen IT og Zedge, til sammen 26 bedrifter. Både DIGS og Work-Work er lokalisert i Trondheim med umiddelbar nærhet til hverandre og er begge anerkjente i gründermiljøet i byen. Vi gjorde intervjuer med grunnleggerne av coworking spacene og gründere som var lokalisert der (coworkers). Slik fikk vi fenomenet belyst fra ulike vinkler. I tillegg til intervjuer benyttet vi oss av observasjoner i de to coworking spacene. Tabell 1 gir en oversikt over informantene.

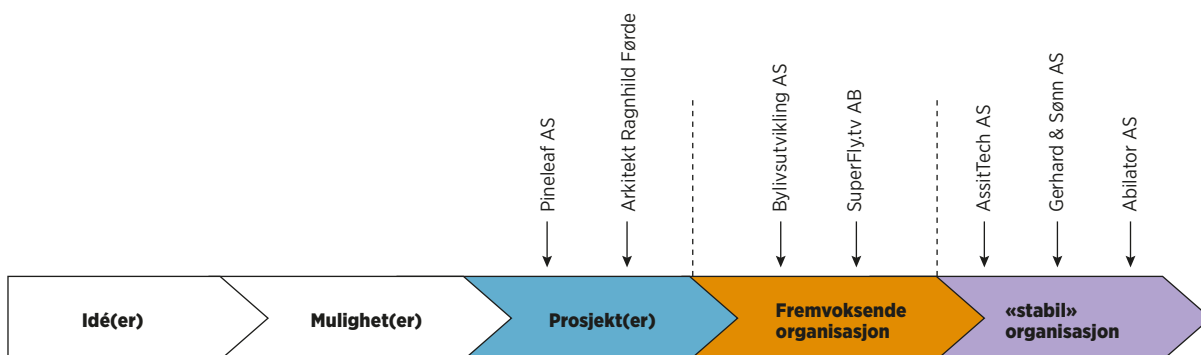
Intervjuene ble transkribert i fulltekst. Deretter ble informasjonen systematisert og kategorisert med utgangspunkt i oppstartsprosessen og de ulike kategoriene av ressurser. Samtidig noterte vi andre innsikter som kom ut av datamaterialet. Målet var å trekke linjer mellom det teoretiske grunnlaget og informantenes informasjon, såkalt mønstermatching (Yin, 2014). Deretter ble informasjonen koblet sammen og tolket.

De sju casebedriftene befinner seg slik på ulike stadier i entreprenørskapsprosessen (jf. del 3 ovenfor). Figur 3 viser en grafisk fremstilling av hvor de ulike medlemsbedriftene befinner seg i denne prosessen. Alle er etablerte bedrifter som har hatt driftsinntekter i 2016, men disse inntektene varierer. Vi har derfor valgt å skille på størrelse på inntektene, ansatte og levetid. Alle casene har kommet seg over idé- og mulighetsfasen.

TABELL 1 Presentasjon av informanter.

BEDRIFT	COWORKING SPACE	INFORMANTENS ROLLE	VIRKSOMHET
DIGS AS		Grunnlegger	Coworking space
Abilator AS	DIGS	Gründer	Konsulentbyrå
AssiTech AS	DIGS	Gründer	Produserer hjelpemidler
Bylivsutvikling AS	DIGS	Gründer	Sentrums- og tettstedsutvikling
Gerhard & Sønn AS	DIGS	Medeier	Regnskapsfirma
Arkitekt Ragnhild Førde	DIGS	Gründer	Arkitekt
Work-Work		Grunnlegger	Coworking space
Pineleaf AS	Work-Work	Daglig leder	Spillutviklingsstudio
SuperFly.tv AB	Work-Work	Gründer	Utvikler systemer til TV-produksjon

FIGUR 3 Grafisk fremstilling av medlemsbedriftene i entreprenørskapsprosessen.



6 HVILKE RESSURSER FÅR DE TILGANG TIL?

FYSISK KAPITAL

Uansett hvilket medlemskap man har som gründerbedrift hos DIGS og Work-Work, får man tilgang til kontorplass, infrastruktur, kopimaskin, lounge, kjøkken, møtelokaler og arrangementslokaler. Hvilken type kontorplass og medlemskap de ulike bedriftene har valgt, har vært avhengig av behov, størrelse på teamet og tilgjengelighet hos coworking spacet.

DIGS og Work-Work har begge en kafé/pub tilknyttet sitt coworking space, og denne trekkes frem av flere som et fint sted for uformelle møter. For Pineleaf var dette noe man bare kunne drømme om at eksisterte, for dem var en kontorpult med tilgang til dataspill-pub perfekt. Gründeren i Bylivsutvikling forteller at hun skal benytte seg av podkaststudioet som DIGS har, når

hun skal lage webinar. Dette er fysiske ressurser som kanskje ikke er vanlig å finne i et annet kontorlokale.

Alle casebedriftene, både de i DIGS og i Work-Work, trekker frem beliggenheten som en sentral og viktig faktor i hvorfor de valgte et coworking space. Lokalene til DIGS og Work-Work er midt i bykjernen i Trondheim og er begge i nærhet til flere busstopp og Trondheim S. Betingelsene for tilgangen til disse fysiske ressursene veier også positivt. Ettersom bedriftene som knytter seg til et coworking space, er i en fase der fremtiden fortsatt er usikker, er det attraktivt å bruke et coworking space siden de ikke har lange, bindende kontrakter. Dette trekker for eksempel gründeren i Gerhard & Sønn AS frem: «Private lokaler er ganske forpliktende, man må ofte skrive kontrakter for flere år når man først inngår en leieavtale.»

FINANSIELL KAPITAL

Driverne av coworking spacene ser at mange sliter med å få tak i den finansielle kapitalen de trenger for å starte opp. De jobber derfor aktivt for å eksponere bedriftene sine for potensielle investorer og kunder. Det er imidlertid få av informantene som trekker frem tilgangen til investorer som noe de har opplevd som følge av medlemskapet hos DIGS eller Work-Work. Et par bedrifter har derimot kommet i kontakt med potensielle kunder.

En annen tilnærming til finansiell kapital er å redusere behovet for finansiering. Både AssiTech og Pineleaf har benyttet seg av samarbeidspartnerne til DIGS og Work-Work for å få tak i jurist- og regnskapskompetanse, og på den måten har de sluppet å måtte betale for slike tjenester eksternt. Gründeren i Abilator forteller at det var prisen på lokalene som gjorde at de ønsket å knytte seg til DIGS i første omgang. Gründerne bak Gerhard & Sønn, Arkitekt Ragnhild Førde, Bylivsutvikling og SuperFly.tv forteller alle at kontorplassen de får hos sitt coworking space, er veldig billige. Det å holde kostnadene nede er viktig for mange gründere, og coworking spacet hjelper dem med det.

HUMANKAPITAL

Informantene rapporterer at de har styrket sin humankapital på flere måter gjennom å være medlem hos DIGS og Work-Work. Coworking spacene gjennomfører mange arrangementer som oppleves som relevante for medlemsbedriftene. Flere av casebedriftene benytter seg aktivt av dette for å lære, altså øke sin humankapital. Mange har gode og lærerike opplevelser av å ha deltatt på slike arrangementer. Særlig gründere i Pineleaf og Arkitekt Ragnhild Førde trekker frem økt kunnskap som en følge av å ha deltatt på et arrangement i regi av DIGS og Work-Work.

DIGS trekker frem at det er viktig at medlemsbedriftene har en intensjon om å interagere med de andre på huset. Denne strategien kan se ut å fungere, da medlemsbedriftene hos DIGS ga flere eksempler på tilfeller hvor det har oppstått kunnskapsdeling mellom medlemsbedrifter på grunn av tverrfaglighet. Hos Work-Work har denne formen for kunnskapsutveksling også oppstått, men her er det uenigheter blant medlemsbedriftene som ble intervjuet, om omfanget av kunnskapsdelingen. SuperFly.tv uttaler: «*Det er liksom ikke den der faglige utvekslingen her. Det er kanskje det som jeg savner mest for å få Work-Work til å bli mer enn*

bare et hus – å få opp det kompetansemiljøet.» En annen coworker jeg kom i prat med hos Work-Work, fortalte:

Jeg synes det er spennende å høre om, det beriker meg som menneske å høre om. Men jeg benytter meg av det veldig lite faglig, for det er veldig få av de ideene her som er rene teknologiideer, og som er innenfor mitt fag. (Coworker hos Work-Work)

Dette er interessant, da en kunne tenke seg at deres felles interesse innenfor samme fagområde ville skape et faglig miljø med fellesskap og hyppige interaksjoner. Det synes imidlertid som medlemsbedriftene ser på seg selv som veldig forskjellige til tross for at de alle opererer innenfor samme bransje.

SOSIAL KAPITAL

Ved å være knyttet til et coworking space får en tilgang til eksterne og interne nettverk. Flere informanter forteller at deltakelse på arrangementer er med på å utvide nettverket deres. Gründeren i AssiTech forteller at de har deltatt på mange arrangementer, alt fra filmvisninger på kvelden, fredagspils, teknosupport-arrangementer og andre arrangementer rettet mot gründere. På denne måten har de kommet i kontakt med aktuelle investorer, og de forteller at de har fått kunder gjennom nettverket hos DIGS. Gründeren i Abilator er tydelig på at nettverket de har blitt en del av hos DIGS, har vært positivt for bedriften. Pineleaf har kommet i kontakt med mange interessante personer på arrangementer de har deltatt på. SuperFly.tv påpeker at det er mange nettverksarrangementer på huset, men sier at de ikke selv deltar på så mange.

Det kommer frem av intervjuene at det å være en del av et gründermiljø verdsettes. For gründere i AssiTech var det å kunne jobbe i et miljø som gjør at man omgås med likesinnede som er i samme situasjon, det som appellerte mest til dem med fenomenet coworking space. Bedriften er utsprunget fra NTNUs Entreprenørskole, og de hadde positive erfaringer derfra med å jobbe tett innpå andre oppstartsbedrifter. De ble motivert av folkene rundt seg og fant kontorplasser blant etablerte bedrifter lite appellerende. Dette begrunnet de med at «*hvis det går trått, så er det lettere når man har folk rundt seg som kan gi en motivasjonsboost, enn å sitte på et kontor blant etablerte bedrifter som har vanlige hverdager ...*» SuperFly.tv-gründeren synes også

det er motiverende å se at andre som jobber på Work-Work, lykkes.

Det sosiale relasjonene er en av hovedårsakene til at flere har valgt å få kontor plass i et coworking space. Medlemmene får økt sosial kapital ved gjentagende interaksjoner i coworking spacet med de andre medlemmene, delte normer som felles lunsj og et kollegium som en kan identifisere seg med. De sterke båndene som medlemmene knytter til hverandre ved å dele felles språk og forståelse for hverandre, gjør at flere medlemsbedrifter i stor grad deler informasjon, noe som viser at de har tillit til hverandre. Arkitekt Ragnhild Førde synes det er spennende å bli kjent med nye mennesker, og synes ofte at det er veldig lærerikt og nyttig å spørre folk på huset: «Hva synes du om dette?» Da får hun innspill fra et annet perspektiv enn sitt eget arkitektperspektiv. Gründeren i Abilator beskriver god informasjonsflyt på huset og at folk er flinke til å dele tips og triks med hverandre: «Hvis jeg har behov for et eller annet dataprogram eller en mal til en søknad, kan jeg bare spørre om det, og så får jeg 50 forslag av de som sitter her.»

ORGANISATORISK KAPITAL

DIGS og Work-Work gir medlemmene et profesjonelt arbeidssted hvor de kan møte kunder og partnere. Pineleaf sitt team består av flere studenter, og de føler at tilknytningen til Work-Work har gitt dem en ordentlig og fast møteplass. Erfaringene med å flytte inn hos Work-Work har vært positive, og de opplever økende produktivitet. Både Work-Work og DIGS tilbyr tjenester i samarbeid med forskjellige partnere til medlemsbedriftene, blant annet innen design, regnskap og jus. Gründeren i Pineleaf forteller at de har benyttet seg av partnerne til Work-Work for å få informasjon om finansieringsmuligheter, skattefunnordningen og lignende. AssiTech har benyttet seg av juristhjelp i forbindelse med patenter og regnskapshjelp.

Gründeren i Abilator har lagt merke til noe de synes er spesielt med å være en del av et coworking space. De mener at de organisatoriske rollene som en etablert bedrift gjerne innehar, eller som nyetablerte selskaper går til inkubatoren for å få tak i, fylles automatisk av medlemsbedriftene i coworking spacet. Mange av bedriftene har kompetanse innenfor fagområder som andre medlemsbedrifter mangler. Informanten trekker frem seg selv som et eksempel på veiledere for flere av de andre oppstartsbedriftene. De har fått betalt fra noen

for å gjennomføre markedsavklaringer, men de veileder gjerne medlemsbedriftene gratis dersom noen har lyst til å ta en prat og dele sine tanker, fordi de synes det er interessant og gøy å jobbe med gründere. Gründeren bak Gerhard & Sønn opplever også at deres tjenester er ettertraktet blant de andre medlemsbedriftene, og de er oppført som regnskapsfører for flere av oppstartsbedriftene hos DIGS.

LEGITIMITET

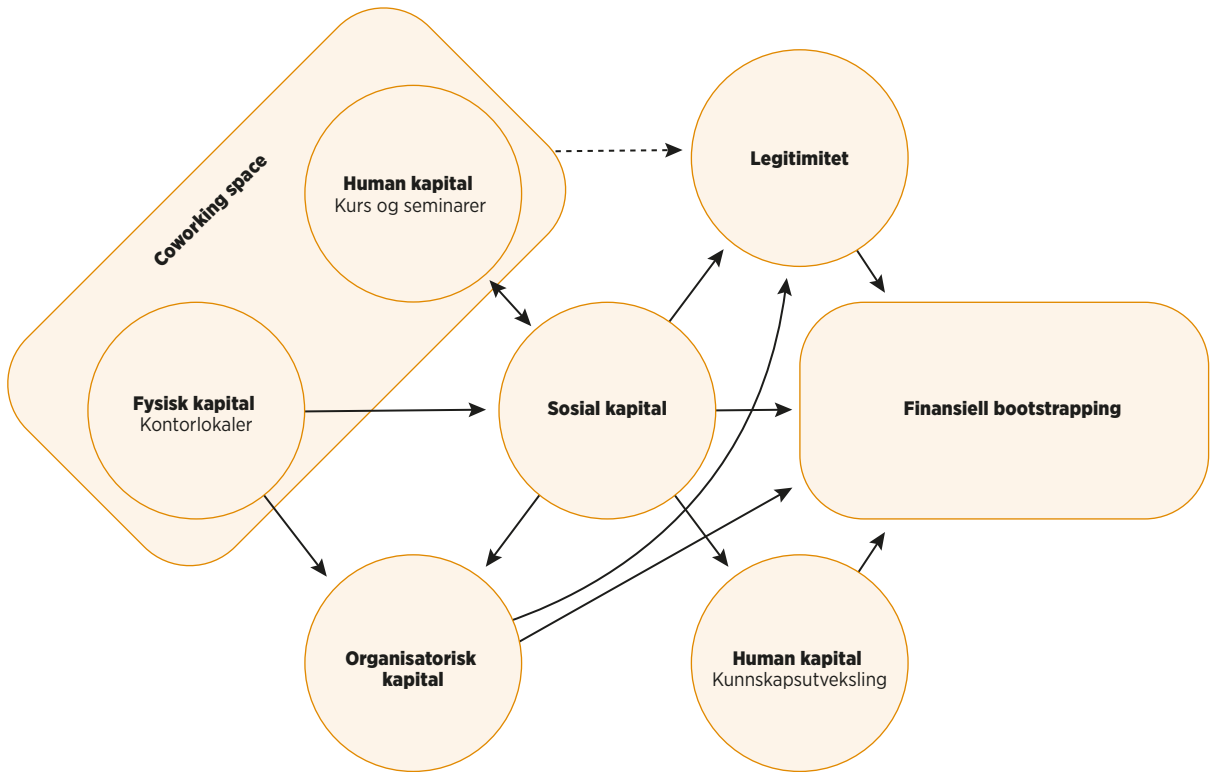
Work-Work har et tydelig konsept med vekt på spill- og datateknologi, og det at de er et kjent navn i spillbransjen, gir medlemsbedriftene en viss legitimitet. Pineleaf-gründeren merker at dette har gitt dem et «stamp of approval». Gründeren i SuperFly.tv mener at Work-Work er et «namedrop» for de som har hørt om det, og at det bidrar til en slags legitimitet for bedriften. DIGS har eksistert lengre enn Work-Work, men ettersom de har et bredt spekter av oppstartsbedrifter, gir det kanskje mer legitimitet i gründermiljøet enn innenfor spesifikke bransjer. AssiTech-gründeren tror at kontorplassen deres hos DIGS har gitt dem en viss legitimitet i entreprenørskapsmiljøet i Trondheim, men opplever at folk utenfor byen sjelden har hørt om DIGS. Coworking spacets konsept kan altså være med på påvirke graden av legitimitet bedriftene får.

Gründerne i Abilator forteller at de møtte på utfordringer knyttet til legitimitet i oppstartsfasen: «Når du starter som konsulent og ikke har noen referanseprosjekter, så er det ingen som kan si om du har gjort en god jobb eller ikke. Derfor gjorde vi mye gratis i starten for oppstartsbedrifter.» Abilator har på denne måten benyttet seg av de andre medlemmene i coworking spacet for å øke sin egen legitimitet, og forteller videre at det å være en del av et coworking space har hatt stor betydning for deres utvikling. De mener imidlertid at de kunne ha sittet en annen plass med mange andre bedrifter og opplevd å få lignende legitimitet: «Jeg tror det er mer en coworking-effekt, og ikke en DIGS-effekt.»

7 KONKLUSJON

Dette studiet har vist at medlemskap i et coworking space gir gründere noen ressurser direkte, slik som kontorfasiliteter med utstyr (fysisk kapital) og human og sosial kapital gjennom tilbudet av kurs og seminarer. Kontorlokalene gir en arbeidsplass med profesjonell forettningsadresse, noe som betyr noe for bedriftens legiti-

FIGUR 4 Ressursanskaffelse i et coworking space.



mitet. Billige lokaler midt i sentrum har også økonomisk verdi for gründerne. I tillegg gis gründerne tilgang mer indirekte til andre ressurser gjennom nettverket som skapes i coworking spacet. Ved å dele arbeidsplass med andre får man tilgang til et samfunn av mennesker som en kan ha sosiale interaksjoner med. Nettverksbåndene som skapes, enten de er mellom medlemsbedriftene eller med coworking spacets samarbeidspartnere i næringslivet, fører for mange til kunnskapsutveksling, tilgang til finansiell kapital, referanseklarer eller tilgang til andre nødvendige ressurser for å videreutvikle oppstartsbedriften. Ved at medlemsbedriftene utnytter de ressursene coworking spacet tilbyr, og hverandres tjenester, kunnskap og ferdigheter istedenfor å hente inn dette fra eksterne kilder, får oppstartsbedriftene tilgang til nødvendige ressurser uten behov for særlig finansiell kapital (Jones & Jaywarna, 2010). Slik er et medlemskap i et coworking space med på å kompensere for mangel på ressurser og representerer en «bootstrapping-strategi» (Winborg & Landström, 2001) for

medlemsbedriftene. Deltakelse i coworking-nettverket kan også gi medlemsbedriftene økt legitimitet gjennom større sosialt nettverk og tilgang til referanseklarer og andre som kan bekrefte bedriftens legitimitet. Forutsetningen for å oppnå denne indirekte effekten når det gjelder ressurstilgang, er imidlertid at gründerne engasjerer seg i nettverket. Å bruke kontorplassen uten å interagere med de andre gir altså mindre effekt for gründerbedriftene. Figur 4 oppsummerer hvordan tilknytningen til et coworking space kan gi gründerne direkte og indirekte tilgang til ressurser, der den sosiale kapitalen som et coworking space bidrar til, er sentral for tilgangen til andre typer ressurser.

Coworking spaces er en ny trend i Norge som brer om seg. Alle tilbudene har til felles at de tilbyr enkle lokaler for gründerne og andre næringsdrivende, ofte i åpent landskap og uten fast plass. Dette kombineres med ulike aktiviteter for å dele kunnskap, bygge nettverk og skape sosialt miljø. Det er imidlertid variasjoner mellom coworking spaces når det gjelder hvor mye de

vektlegger det siste, og også i hvordan lokalene tilrettelegger for sosial interaksjon. Denne studien indikerer at det å tilrettelegge for sosiale interaksjoner mellom medlemmene i et coworking space, og med andre aktører, i betydelig grad bidrar til utvikling av gründerbedriftene og er en viktig faktor i hvorfor oppstartsbedrifter velger å være tilknyttet et coworking space, i enkelte tilfeller også etter at de skaffer seg egne lokaler. Forenklet tilgang til ressurser, redusert behov for finansiell kapital og den økte motivasjonen gründerne får ved å være medlem i et coworking space, kan gjøre oppstartsprosessen kortere og kan derfor ha betydning for bedriftens suksess. Medlemsbedriftene er selv ansvarlige for å utnytte mulighetene som oppstår i coworking spacet, og må selv ha en interesse av å delta i felleskapet om de skal oppnå ressursanskaffelse gjennom coworking spacet. Derfor vil noen gründerne dra større nytte av et coworking space enn andre. Jo mer aktive gründerne er når det gjelder å involvere seg i det sosiale miljøet og skape de relasjonene som bidrar til utveksling av ressurser, jo større nytte vil bedriften ha av tilknytningen.

For de som eier og driver et coworking space, er dette også viktig lærdom. Det å tilrettelegge for slik sosial interaksjon, både fysisk i utformingen av lokalene og gjennom ulike arrangementer, bidrar til større nytte for medlemsbedriftene og derfor også til måloppnåelse for coworking spacet. Man kan her tenke seg at sammensetningen mellom de bedriftene som tas inn, også har betydning.

Fremveksten av coworking spaces skjer altså gjennom private initiativ utenfor det offentlige inkubator-systemet. Tilbudet i et coworking space er langt mindre enn i en inkubator, ofte uten egne kontorer og ikke minst uten organiserte inkubasjonsprosesser med rådgivning osv. De nettverkene som skapes i coworking spacene, er ikke fasilitert, men oppstår fordi gründerne her har en egeninteresse i å være i interaksjon med hverandre. De blir dermed hverandres hjelpere. I et perspektiv der inkubatorene utvikler seg mer og mer i retning av rådgivning og prosessveiledning, og er mindre opptatt av samlokalisering, gir fremveksten av coworking spaces interessante innspill til debatten om hva gründerne har behov for i en oppstartsprosess. **M**

REFERANSER

- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120.
- Bruneel, J., Ratinho, T., Clarysse, B., & Groen, A. (2012). The evolution of business incubators: Comparing demand and supply of business incubation services across different incubator generations. *Technovation*, 32(2), 110–121.
- Davidsson, P., & Gordon, S. (2012). Panel studies of new venture creation: a methods-focused review and suggestions for future research. *Small Business Economics*, 39(4), 853–876.
- DeGuzman, V., & Tang, A.I. (2011). *Working in the unoffice: A guide to coworking for indie workers, small businesses, and nonprofits*. USA, Portland, OR/San Fransisco, CA: Night Owls Press.
- Dollinger, M.J. (2008). *Strategies and resources* (4. utg.). Lombard, IL: Marsh Publications.
- Fayolle, A. (2003). Research and researchers at the heart of entrepreneurial situations. I Steayert, C., & Hjort, D. (s. 35–50) (red.), *New movements in entrepreneurship*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Fisher, G., Kotha, S., & Lahiri, A. (2016). Changing with the times: An integrated view of identity, legitimacy, and new venture life cycles. *Academy of Management Review*, 41(3), 383–409.
- Fuzi, A., Clifton, N., & Loudon, G.H. (2015). New spaces for supporting entrepreneurship? Co-working spaces in the Welsh entrepreneurial landscape. Proceedings of the 8th International Conference of Entrepreneurship, innovation and regional development, Sheffield, UK, June 18–19, 309–318.
- Greene, P.G., & Brown, T.E. (1997). Resource needs and the dynamic capitalism typology. *Journal of Business Venturing*, 12(3), 161–173.
- Jones, O., & Jayawarna, D. (2010). Resourcing new businesses: social networks, bootstrapping and firm performance. *Venture Capital*, 12(2), 127–152.
- Laursen, K., Masciarelli, F., & Reichstein, T. (2016). A matter of location: the role of regional social capital in overcoming the liability of newness in r&d acquisition activities. *Regional Studies*, 50(9), 1537–1550.
- Leforestier, A. (2009). *The co-working space concept*. CINE Term Project. Ahmedabad: Indian Institute of Management.
- Merkel, J. (2015). Coworking in the city. *Ephemera*, 15(1), 121.
- Nielsen, S.L., Klyver, K., Evald M.R., & Bager, T. (2012). *Entrepreneurship in theory and practice – paradoxes in play*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. *Academy of Management Review*, 23(2), 242–266.
- Sarasvathy, S.D. (2001). Causation and effectuation: Toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency. *Academy of Management Review*, 26(2), 243–263.
- Sharada, B., & Iyer, P.P. (2015). How do entrepreneurs benefit from their informal networks? I Manimala, M.J., & Wasdani, K.P. (red.), *Entrepreneurial ecosystem: Perspectives from emerging economies* (s. 175–191). New Delhi: Springer India.

- Strauss, K. (2013). Why coworking spaces are here to stay. *Forbes*. Hentet 31.10.2016 fra <http://www.forbes.com/sites/karstenstrauss/2013/05/28/why-coworking-spaces-are-here-to-stay/#4f6a4a075a41>
- Tötterman, H., & Sten, J. (2005). Start-ups: Business incubation and social capital. *International Small Business Journal*, 23(5), 487–511.
- Van Weele, M.A., Steinz, H.J., & Van Rijnsoever, F.J. (2014). Start-ups down under: How start-up communities facilitate Australian entrepreneurship. *DRUID Society Conference*, Copenhagen, June 16–18.
- Winborg, J., & Landström, H. (2001). Financial bootstrapping in small businesses: examining small business managers' resource acquisition behaviors. *Journal of Business Venturing*, 16(3), 235–254.
- Yin, R.K. (2014). *Case study research: Design and methods*. Los Angeles: Sage publications.