



Cruisebåtene strømmer til Stavanger. Nå mener bransjen at også Sandnes kan bli cruisehavn.

■ Side 4, 5 og 6

Foto: Thomas Fosse

Stavanger-mat ut til verden

I høst får millioner av tv-seere i USA smakebiter fra Stavanger-regionen i tv-programmet "Perfect Day". Programleder Andreas Viestad lager rekesuppe, lam og laks mens han forteller om kultur- og matbyen Stavanger.

■ Side 12 og 13

Studentene tror på reiselivet

Rosenkilden inviterte to studenter ved Norsk hotellhøgskole til å skrive om det lokale reiselivets utfordringer de neste årene. - Reiselivsnæringen og Universitetet i Stavanger må se hvilke kilder til kunnskap økt grad av samarbeid kan føre til, skriver Ida Texmo Prytz

■ Side 22-23

Tomatkongen på Orre

Kåre Wiig på Orre gikk nylig av med seieren i kåringen av Rogalands beste råvare. Dermed går han videre til finalen i Jakten på Smaken av Norge. Den 30. oktober håper han å gå helt til topps. - Tomatene våre er snop, sier han.

■ Side 42-43

	40	Harald Osa er prosjektleder for Næringsforeningens matprosjekt, Det Norske Måltid, som skal kåre landets beste norske råvarer og produkter. Harald Osa er imponert over entusiasmen rundt prosjektet og roser mangfoldet i norsk matproduksjon.	26	Anders Bang-Andersen kaller seg selv en halvstudert røver. Som Stavanger kommunes ansvarlige innen cruiseskip-trafikken er kanskje sjørøver en mer dekkende beskrivelse.
54	Visste du at MS Gann er landets største skoleskip? Snart feirer skolen 60 år, og populariteten er stadig stigende. Til siste opptak søkte hele 485 ungdommer på de 105 ledige plassene.	46	- Da jeg startet i Stavanger Kommune i 1978 trodde jeg at det skulle ta fem år å få til et representativt torg. Det tok tretti år, sier sjefarkitekt Turid Haaland ved Stavanger kommunes byplanavdeling. Snart er hun pensjonist.	

Rosenkilden følger redaktørplakaten. Ansvarlig redaktør: Jostein Soland. Redaktør: Harald Minge. I redaksjonen: Erik Lindboe, Egil Rugland, Frode Berge, Trude Refvem Hembre, Cathrine Gjertsen og Elianne Strøm. Utgivelse/produksjon/layout: Næringsforeningen i Stavanger-regionen. Telefon: 51 51 08 80. Telefaks: 51 51 08 81. E-post: post@stavanger-chamber.no. www.stavanger-chamber.no. Opplag: 14.000. Trykk: Kai Hansen Trykkeri AS. Fotograf: Kim Laland og Hild Bjelland Vik/BITMAP. Årgang: 15. Redaksjonen avsluttet 20. august 2008.



INNHold

LEDER	SIDE 3	MATFYLKET REISER SEG IGJEN	SIDE 34-35
KILDEN	SIDE 4-5	INNOTOWN - BUSINESS NOT AS USUAL	SIDE 36-38
CRUISEEVENTYR FOR HELE REGIONEN	SIDE 6-9	HARALD OSAS JAKT PÅ SMAKEN	
ER TURISTER SÅ VIKTIGE, EGENTLIG?	SIDE 10-11	AV NORGE	SIDE 40-41
VISER MATBYEN STAVANGER		FRANSK TOMATSUKSESS PÅ ORRE	SIDE 42-43
TIL HELE VERDEN	SIDE 12-13	TORGET - SLIK DET VAR	
- REISELIVET HAR BEHOV		OG SLIK DET BLE	SIDE 46-48
FOR SPESIALISERING	SIDE 16-17	MØTEMENY MED MANGFOLD OG MENING	SIDE 50
RUSSENE HAR FÅTT SMAKEN		MØTER I NÆRINGSFORENINGEN	SIDE 51
PÅ VESTLANDET!	SIDE 18-20	KOMMUNIKATØREN	SIDE 52
SLIK LYKKES DET LOKALE		NY I NÆRINGSFORENINGEN	
REISELIVET!	SIDE 22-23	PÅ TOKT MED SKOLESKIPET GANN	SIDE 54-55
NÆRINGSLIVET BØR MARKEDSFØRE		NYTT FRA BRUSSEL	SIDE 58
STAVANGER-REGIONEN I UTlandet	SIDE 24	INNSIKT OG UTSYN	SIDE 64
PROFILER: ANDERS BANG-ANDERSEN	SIDE 26-28	STYRELEDEREN	SIDE 65
PÅ TUR MED SVERRE!	SIDE 30-31	NYTT OM NAVN	SIDE 66-67

Cruiser på cruisebølgen

Det kan være duket for et historisk samarbeid mellom Stavanger og Sandnes som får stor betydning for den framtidige turistsatsingen. De to byene kan nemlig sammen gjøre regionen til et tyngdepunkt når det gjelder den hurtigst voksende turistnæringen i Norge – nemlig cruisetrafikken. Dermed er det mulig at næringen blir et regionalt anliggende og ikke bare forbeholdt Stavanger havn. Det er en spennende utvikling.

IMPONERENDE VEKST I CRUISE

I fjor besøkte 56 cruiseskip Stavanger. I år økte tallet til 95. Den ekstreme veksten skyldes ikke bare en betydelig økning i markedsføringen fra Stavangers side. En viktig forklaring er også optimismen i cruisenæringen og den økte etterspørselen etter et produkt som er helt unikt og stadig mer attraktivt – nemlig norsk natur! Det morsomme er likevel at veksten i vår region er betydelig større enn den generelle økningen i markedet. Det skal vi ta til oss, fordi tallene er et bevis på at vi har gjort en god jobb og at produktet vi har å tilby er bærekraftig.

Til nå har Stavanger vært regionens eneste anløpshavn for cruisebåtene. Det har vært naturlig. I skyggen av Bergen har man i løpet av få år møysommelig bygget opp en posisjon som har fått de aller fleste cruiseselskapene av betydning til å legge turen innom. Havnens beskaffenhet er temmelig unik fordi skipene bokstavelig talt kan ligge midt i sentrum. Dessuten er landskapet og kommunetettheten av en slik art at gjestene raskt kan nå de ulike attraksjonene.

REGIONALT SAMARBEID

Tiden er likevel inne til å se inn i glasskulen. Hva er best for Stavanger og Sandnes, og hva tjener reiselivsproduktet Rogaland best? Cruisebransjens fremste optimister tror at den økte etterspørselen vil fortsette med full kraft. Derfor mener den samme ekspertisen at regionen her må tenke nytt, og at både Sandnes og kanskje Sauda bør etablere seg som anløpshavner. Sandnes med sitt intime og oppgraderte havneområde kan opplagt bli et velegnet og attraktivt sted for cruiseskip, men en framtidig bru over Gandsfjorden kan bli et problem.

Umiddelbart skulle man tro at Stavanger ville forsvare sin posisjon med nebb og klør, og at dette spørsmålet fikk karakter av den klassiske konkurransen som alltid har eksistert mellom byene. Derfor er det usedvanlig befriende å registrere den positive holdningen fra Stavanger kommune. I dette nummeret av Rosenkilden gjør Anders Bang-Andersen det klart at det ikke er et mål for Stavanger at regionen kun har en cruiseskiphavn. Siddisene deler mer enn gjerne.

Evnen til samhandling og koordinering mellom kommunene når det gjelder turisme har alltid vært et diskusjonstema. Selv om gjestene i hovedsak skysses til de samme attraksjonene, enten de ankommer Stavanger eller Sandnes, blir produktet mer allsidig og slagkraftig dersom vi framstår som en region, og

ikke driver kunstig fragmentering. Som på så mange områder er vi sterkest når vi står sammen.

DELE GODE – OG BYRDENE

Det handler imidlertid ikke bare om å dele godene, men også byrdene. I Bergen går diskusjonen om konsekvensene av den stadig lengre armadaen av cruiseskip høylydt, til og med til bergensere å være. Trafikken har rett og slett utviklet seg til å bli et miljøproblem. Tilgang til unik natur har sin pris, og belastningen på Flåm, Nerøfjorden og Geirangerfjorden er blitt for høy. Dessuten begynner bergenserne å preges av utslippene fra skipene som ligger til kai i sentrumskjernen. Ett eksempel: Ikke sjelden ligger hele seks cruiseskip inne mellom de sju fjell. For å holde seg selvforsynt med strøm, må de brenne av 3.000 liter diesel i timen, hvilket ikke er noen ubetydelig forurensningskilde. Dette er en utfordring som både bransjen selv og cruise-skip-byene må ta alvorlig.

I dag er det et viktig argument at kostnadene ved å ta imot cruiseskip er ekstremt lave i forhold til inntektene, men det er nok nødvendig at de store cruisehavnene investerer i miljøvennlige energikilder som kan forsyne fartøylene som ligger til kai. Det er heller ingen tvil om at næringen må betale for sine egne utslipp, hvilket også er intensjonen med den såkalte NoX-avgiften.

TERRORISTENE SJAKK MATT

Bymiljøet er også viktig. Foreløpig er det uvisst hvor mange terrorangrep de såkalte terrorgjerdene har avverget, men her skal det nevnes at innovative Stavanger har funnet en egen løsning som består av enorme fendere. De sørger for å holde skipene tilstrekkelig mange meter unna kaikanten slik at ikke de svømmeudyktige terroristene når ut til skipet.

Er dette en form for turisme vi virkelig ønsker? En litt ubehagelig sannhet er at cruiseøkningen i vår region delvis skyldes at det begynner å fylles opp andre steder. På sikt vil vi tro at cruisenæringen trenger Stavanger-regionen like mye som regionen trenger den fordi vi har et produkt det er knapphet på. Slår prognosene til, kan utfordringen framover bli å begrense cruisetrafikken, og ikke tilstrebe den. I det perspektivet mener vi at regionens interesser best kan forvaltes ved hjelp av en felles og gjennomtenkt strategi mellom kommunene. Et regionalt samarbeid er dermed det beste våpenet for å unngå bergenske tilstander slik at vi får regulert slitasjen på vår viktigste ressurs.



Du skal ikke...

Slik innledes hvert av de ti budene i Janteloven:

1. Du skal ikke tro du er noe.
2. Du skal ikke tro du er like meget som oss.
3. Du skal ikke tro du er klokere enn oss.
4. Du skal ikke innbille deg at du er bedre enn oss.
5. Du skal ikke tro du vet mer enn oss.
6. Du skal ikke tro du er mer enn oss.
7. Du skal ikke tro du duger til noe.
8. Du skal ikke le av oss.
9. Du skal ikke tro at noen bryr seg om deg.
10. Du skal ikke tro at du kan lære oss noe.

Det er 75 år siden forfatteren Aksel Sandemose presenterte Janteloven i "En flyktning krysser sitt spor". Få tekster kan vise tilsvarende livskraft gjennom 75 år. Google gir deg 162.000 treff. Så handler det da også om den enkelte mot fellesskapet, om det nivellerende kollektivet, om vår kollektive avindsyke. Det hodet som stikker opp, skal kuttet. Det er fellesskapets usynlig kraft som dreper alle forsøk på forandring. Og som et 11. bud kommer Jantes straffelov:

11. Du tror kanskje ikke at jeg vet noe om deg?

Hvem er så dette "Du-et" og "deg-et"? Er det deg og meg? Eller er det kollektivets møte med kunstneren – dikteren eller entreprenøren?

LIKHET

Sandemose var født i byen Nykøbing på øya Mors i Limfjorden – i ettertid Jante på folkemunne. Men forfatteren skriver selv i "En flyktning..." at det nok er fellesstrekk mellom Nykøbing og Jante – men menneskene kan en like gjerne møte i Ribe eller Arendal.

Janteloven forneker det likhetsidealet – sammen med brorskap og frihet – som er lagt til grunn for den vestlige verdens demokratier. Likheten blir den tvangstrøyn hver og én skal inn i. Lengre fra Moselovens 10 bud og Bibelens budskap om nestekjærlighet kan vi vel neppe komme.

Janteloven kan leses som en ondskapens lov. For den som forakter seg selv, vil vanskelig kunne få et positivt forhold til andre. Og da går det som regel galt...

Derfor har vi fått både en Anti-Jantelov og en Ego-lov som vrir på formuleringene i "grunnloven": 1. Du er enestående, 2. Du er mer verdt enn noen kan måle – eller 3. Du kan noe helt spesielt – og 4. Du har noe å gi andre osv. Mens Ego-loven naturlig nok vil framheve jeg-et på bekostning nettopp av fellesskapet: 2. Du skal ikke tro at du er like mye verd som jeg! 3. Du skal ikke tro du er klokere enn jeg! 4. Du skal ikke innbille deg at du er bedre enn jeg! Og Janteloven har gitt oss både en Jantelov og en Vikinglov.

BRORSKAP

Janteloven handler om en verden uten muligheter for nestekjærlighet og derfor brorskap. Og det er nettopp dette forholdet som kommer så tydelig fram i Anti-Janteloven: Om alt det gode

du er eller kan gjøre: 5. Du har gjort noe du kan være stolt av; eller 9. Du har evne til å forstå og lære av andre; 10. Det er noen som er glad i deg.

Vi snakker om ekte nestekjærlighet.

Mens Ego-loven bytter ut "oss" med et "jeg": Jantelovens 8. Du skal ikke le av oss – blir til: Du skal ikke le av meg – og tilsvarende: 10. Du skal ikke tro at du kan lære meg noe.

Her er fellesskapet totalt fraværende – det store egoet, med tydelige psykopatiske trekk, vil styre virkeligheten.

FRIHET

I Janteloven styres mennesket til taushet og ufrihet. Den forteller hvordan det store "vi-et" bringer jeg-et til taushet og dermed ufrihet. Der alle forsøk på endringer korrigeres for å føres tilbake til utgangspunktet – til kollektivet der avvik straffes fordi alle skal forbli like. Og forsøker du deg, har vi noe på deg... Trussel om straff styres med psykopatens utspekulerthet.

Vår tids mobbing illustrerer de kreftene som vi kan lese ut av den 75-år gamle Janteloven. Der folk lever sammen. Det gjør vi stort sett over hele verden, der er det personer som higer etter makt for å kunne herske over andre. For å innskrenke "nestens" frihet. Dette "du-et" vi møter i Jantelovens direkte tiltale, for: – Du skal ikke!

ET MEN - OG ET DERFOR...

Hvem er så dette "du-et" i "Flyktning krysser sitt spor"? Det er barnet og unggutten Espen Arnakke som etter hvert vokser seg stor til en suksessrik forfatter. En skikkelse som vi senere i Sandemoses forfatterskap møter som forretningsmannen John Thorson i "Det svundne er en drøm". Eller i forfatteren Erling Vik i "Varulven". Her er det nettopp innovatøren – kunstneren eller forretningsmannen – vi møter som du-et. Mennesker som vi ikke uten videre vil identifisere oss med. Men som interesserer oss – nettopp fordi de makter å bringe noe nytt "til torgs" – etter å ha vært gjennom dypt eksistensielle kriser. Der kjærlighet og drap er viktige ingredienser før en når fram til større perspektiv over eget og andres liv. Gjennom å vinne ny innsikt – i et land der misunnelsen er sterkere enn seksualdriften – ifølge samme Sandemose.

Derfor: Gir det i dag ikke større mening å lese Janteloven som kunstnerens eller entreprenørens forhold til samfunnet – når han eller hun vil vise oss – kollektivet – sin fortolkning av eksistensielle spørsmål, gjennom ord, bilder og handling?

Janteloven er en livskraftig 75-åring fordi den setter tankene våre i sving i sin enkle synliggjøring av fellesskapets negative krefter: Den skal i hvert fall ikke få lov til å styre oss...

Cruiseeventyr for ... for nå tror bransjen at både Sandnes



Cruisenæringens giganter har preget Stavanger denne sommeren. Økningen i antall besøk er stor, og nå tror bransjeeksperter at også Sandnes og Sauda kan bli aktuelle anløpshavner.

hele regionen

og Sauda bli cruisehavner



I år legger cruiseskipturistene igjen 115 millioner kroner i Stavanger-regionen. Nå åpnes det for at også Sandnes og Sauda kan bli cruisebåthavner.



Tekst: Harald Minge

Ekspertene i cruisebransjen tror trykket på Stavanger vil øke, og at det fort kan bli aktuelt å involvere flere lokale havner. Stavanger kommune deler gjerne.

- Vi ser bare begynnelsen på et eventyr for Stavanger-regionen, sier Magnar Haugland, daglig leder for det stavanger-baserte cruisebyrået Carica. Det nyetablerte selskapet betjener 80 prosent av det norske markedet og sender normalt nordmenn på cruise til sydligere strøk.

I løpet av ti år snakkes det om en dobling, kanskje en tredobling. Da er det absolutt aktuelt å sende båter til Sandnes.

Administrerende direktør i European Cruise Service, Arthur Kordt

- Det dreier seg om den fremste vekstbransjen i reiselivsnæringen. Fra 2006 og fram til i dag har vi økt den årlige omsetningen fra ni til 27 millioner. På verdensbasis opereres det med en ordrereserve når det gjelder nye skip som er imponerende. Det forteller en god del om bransjens optimisme, et faktum spesielt Stavanger vil nyte godt av, sier han.

De mektigste rederiene har i øyeblikket 50 nye skip under bygging. Det blir ikke bare flere av dem, men de blir i tillegg

betydelig større. Når dagens giganter legger til kai i byens hjerte, er opptil 3.000 gjester klare for Stavanger. De nye skipene vil ta med enda flere passasjerer.

- Ingen tvil om at presset øker, men det betyr nye muligheter. Både Sauda og Sandnes er kjempealternativer, sier han.

HJELPEHAVNER BLIR NØDVENDIG

Administrerende direktør i European Cruise Service, Arthur Kordt, mener at økningen i Stavanger må ses i sammenheng med økt press og behov for avlasting på trekkplastre som Geiranger, Bergen og Lofoten.

- Samtidig ser vi at Stavanger øker betraktelig mer enn det generelle markedet. Det skyldes kommunens aktive markedsføring, havnens gode beskaffenhet og attraksjonene i området, sier Kordt. Han tror at det fort kan bli aktuelt å se etter hjelpehavner i regionen.

- Ser vi inn i glasskulen, er det grunn til å beregne en betydelig trafikkøkning. I løpet av ti år snakkes det om en dobling, kanskje en tredobling. Da er det absolutt aktuelt å sende båter til Sandnes. Tross alt snakker vi om de samme attraksjonene. Det blir en ny kai for Stavanger-regionen, hevder Kordt.

CRUISETURISME GIR AVKASTNING

Myten om at cruiseskip-gjestene ikke er lønnsomme er betydelig drept av tallene til Transportøkonomisk institutt (TØI). Tommefingerregelen er at hver gjest legger fra seg tusen kroner dagen når de er i land. 20 prosent av gjestene foretrekker riktignok å se Stavanger fra båten, uten å bruke penger på sightseeing, kofter eller troll.

TØI og konsulentfirmaet Howarth i Oslo satte opp følgende regnestykke i Oslo for å synliggjøre inntektene av cruisevirksomheten: Rederiene betaler drøyt 39 millioner kroner i havne- og tollutgifter,

og skipsmannskapene bruker ca. 12 millioner kroner. De indirekte inntektene er beregnet til vel 60 øre per cruisegjest og utgjør 70 millioner kroner. Et visst antall av cruisegjestene vil ifølge studien komme tilbake til Oslo som ordinære turister, og denne verdien er vurdert til 79 millioner kroner. Når man vet at cruisetrafikken genererer mellom 200 til 335 jobber, er hele den økonomiske virkningen av Oslos cruisetrafikk følgelig beregnet til godt over 285 millioner kroner.

- Det finnes tung dokumentasjon som viser at når cruisetrafikken øker, så følger den landbaserte turismen etter. Erfaringer har vist at den øvrige turismen har økt kraftig tre-fire år etter for de regionene som har satset på cruise. Dette er erfaringer som Stavanger-regionen bør merke seg, sier Kordt.

FRA 56 TIL 95 SKIP

Anders Bang Andersen i Stavanger kommune tilbringer normalt juli måned i feriehuset i Danmark. Denne sommeren måtte ferien vente. I stedet tar han imot cruiseskipene som med rekordstor hyp-pighet manøvrerer seg inn til kaisidene i Vågen.

- I fjor hadde vi 64.000 gjester og 56 båter på besøk. Denne sommeren vil 95 skip finne fram til oss, og hele 144.000 passasjerer fra mange forskjellige land vil se Stavanger. Når vi vet at den normale økningen i markedet er på ti prosent, sier det seg selv at vi er vitne til noe helt spesielt, sier han.

Ikke bare gir cruiseturistenes avkastning for den lokale turistnæringen. Det koster nemlig heller ikke noe særlig å få dem hit. For regionens reiseliv og Stavanger kommune er det riktignok maktpåliggende å markedsføre Stavanger i de ulike sammenhengene hvor cruise-

bransjen setter hverandre stevne, men ellers er investeringene forsvinnende små. Og for en by med en urovekkende lav hotellkapasitet er det i øyeblikket ideelt med en type turister som faktisk har med egen seng. Spørsmålet er imidlertid hvorvidt cruisebesøk for framtiden kun er et anliggende for Stavanger.

STAVANGER DELER GJERNE

- Cruisetrafikken er absolutt et regionalt anliggende, og Stavanger deler gjerne. Jeg er ikke fremmed for å sende skip til Sandnes. Sauda er også en høyaktuell destinasjon. Saudafjorden er på mange

Vi ser bare begynnelsen på et eventyr for Stavanger-regionen.

Magnar Haugland,
daglig leder for Carica

måter mer spektakulær enn Lysefjorden, sier Anders Bang-Andersen. Hans poeng er at reiselivet må opptre samlet og koordinert. Det er produktet Rogaland som må tilbys. At det kun skal finnes en cruiseskiphavn i fylket, er ikke et mål for Stavanger.

Reiseliv er langsiktig jobbing. Målet er at Stavanger-regionen skal huskes, og at gjester gjerne kommer tilbake på individuell basis ved en senere anledning. I Stavanger blir gjerne mannskapet invitert på land for en omvisning. Det er noe de sjelden opplever andre steder.

- Vi skal heller ikke undervurdere den eksponeringen regionen får gjennom cruiseselskapenes kataloger og internett-sider. Omfanget er så stort at det neppe finnes bedre og rimeligere måter å spre budskapet på, sier Bang-Andersen.

STAVANGER SOM SNUHAVN

Den sterke økningen får store ringvirkninger for regionen. Vi snakker om et stort antall opplevelsesturister med strenge krav til guidede turer og ferdigsydde opplegg på land.

På grunn av veksten må nye muligheter vurderes. 2.-3.000 turister som plutselig strømmer i land, stiller store krav til logistikk. I Bergen leier de inn busser fra Sverige for å løse oppgavene.

I 2009 håper man på en konsolidering av de oppsiktsvekkende høye 2008-tallene. Når Stavanger først har etablert seg på et høyt nivå, går det an å snakke om nye muligheter.

- Vi bør ikke være fremmed for å tenke oss Stavanger som en såkalt snuhavn. Det betyr at cruisereiser kan starte og slutte i Stavanger. Det går an å tenke seg ruter både langs Norskekysten og til land som England eller Nederland. Det vanlige er at slike gjester ofte kommer med fly noen dager i forveien. Dermed drypper det på den øvrige delen av reiselivet, sier Magnar Haugland.



- Vi ser bare begynnelsen på et eventyr for Stavanger-regionen, sier Magnar Haugland, daglig leder for det stavangerbaserte cruisebyrået Carica.

Næringssjef Nina Othilie Høiland: Potensial for Sandnes

- Vi kan kanskje ikke ta imot de største cruisebåtene, men må finne vår form, sier næringssjef Nina Othilie Høiland i Sandnes kommune.

Næringssjefen liker tanken på Sandnes som anløpshavn for cruiseskip og ser potensialet.

- Det er i så fall nødvendig med en grundig utredning. Vi må rett og slett finne ut hvilke muligheter som eksisterer. Er havnen dyp nok og kaiene tilstrekkelige?

Høiland er opptatt av at Sandnes i så fall finner fram til et passende konsept, og tror at byen må innlede til et samarbeid med Stavanger.

- Stavanger har bygget seg opp over flere år, og vi trenger ikke gå i de samme fotsporene. Kanskje kan vi satse på de litt mindre skipene? Helhetsproduktet er viktig og det er regionen som teller. Stort sett er det jo de samme attraksjonene som tilbys, sier Høiland, som likevel tror Sandnes kan passe bra for et visst segment av turistene.

- Vi er friluftskommunen og kan satse på turer, for eksempel til Dalsnuten. En gang så jeg en skokk syklist komme i land fra et cruiseskip, en aktivitet som selvsagt passer i sykkelbyen. Familier på cruise vil garantert ha stor glede av å besøke Vitenfabrikken, sier Høiland.

- En ting er sikkert, sier Høiland: - Skal vi satse på dette, så må vi gjøre det skikkelig.



Nina Othilie Høiland

Historien om en cruisesatsing

På mange måter startet Stavangers satsing på cruiseskip i 1992. Da inviterte nemlig Odd Odland og Mona Lilleheim i Stavanger havnevesen ledelsen på skipet Queen Elisabeth til Stavanger. Dette blir av mange sett på som den viktigste enkelthendelsen i den lange kampen for å etablere byen på cruisekartet. Dronningen var et av de første skipene som frekventerte oljebyen, og det hadde en viktig smitteeffekt.

Mellom 1995 og 1997 jobbet Lilleheim videre i et prosjekt for å gjøre Stavanger

kjent i cruise-kretser. Satsingen ble utvidet, og i perioden 2001-2003 arbeidet hun i tospann med Judy Asheim.

I 2005 ble det etablert en styringsgruppe som skulle sørge for at Stavanger for alvor tok skrittet fullt ut som cruiseskip-havn. Judy Asheim gikk in som prosjektleder og fikk med seg Svein Arild Holmen, Ellen Frisvold, Nina Othilie Høiland og Bjørn Helgøy. Målet var at passasjerene skulle dra videre på rike opplevelser og med en tommere lommebok enn da de kom.

Utvalget gikk løs på byens åpningstider

og mobiliserte reiselivet. I hard konkurranse med Bergen forsøkte man å få en større andel av skipene. Det fantes fem cruiseagenter i Norge med kontroll på markedet. Det gjorde ikke situasjonen enklere at tre av dem holdt til i Bergen, mens de to andre hadde tilhold i Oslo.

I 2007 ble denne gruppen oppløst, mens Stavanger kommune ved Anders Bang-Andersen, Region Stavanger BA og Stavanger-regionen havn IKS, fortsatte samarbeidet. I 2004 besøkte 32.134 passasjerer Stavanger, mens statusen for 2009 er 95 skip med 144.000 turister.

BryggeriParken

Næringslokaler til leie

Bryggeriparken består av alle tidligere bygningene i Tou Bryggeri. Det er innregulert 230.000 kvm næringsareal. Den eksisterende bygningsmassen er på 30.000 kvm, og er nå nesten fullt utleid.



Velkommen som leietaker i bryggeriparken!

Ønsker du og leie lokaler i nybygg med fremtidig bybanestopp på tomten, moderne urbanisering, samt mulighet til å sette ditt personlige preg på arbeidsplassen? Da kan du som leietaker være med fra første spadetak og sette standarden for fremtidens utvikling på området.



Er du interessert i prosjektet kan du ta en titt på www.bryggeriparken.no eller ta kontakt med Terje Eidsmo på tlf. 908 28 510 eller sende en mail til terje.eidsmo@bryggeriparken.no

 ADVOKATFIRMAET
STEENSTRUP STORDRANGE



Spisskompetanse på forretningsjuss, skatt og transaksjoner.

... og alt annet som du kan forvente av et av Norges største, landsdekkende advokatfirmaer.

Les mer om oss på www.steenstrup.no

Luramyrveien 79 - Forus
Postboks 8073, 4068 Stavanger
Tlf +47 51 63 64 80 Faks: +47 51 63 64 81

Oslo - Stavanger - Trondheim - Tromsø - Hammerfest

Er turister så viktige, og

Hva skal vi med turisme, og er det de rette gjestene og de fornuftigste produktene vi satser på?

Stavanger-regionen står foran store utfordringer på turistfronten. I et internasjonalt perspektiv er reiseliv den næringen som vokser raskest, og for Norges del er mye av veksten nettopp i Rogaland. Da er det kanskje på tide å stille noen viktige spørsmål for å komme utfordringene i forkjøpet. For hva gjør vi egentlig når regionen vår plutselig oversvømmes av turister uten at vi har et apparat til å håndtere dem?

Rosenkilden samlet fire eksperter på sine respektive områder for å ta diskusjonen. Elisabeth Lærdal Skuland er reiselivssjef, og fikk følge av Lars Rødne som frakter turistene inn til Lysefjorden. Solveig Garnes er stipendiat ved Universitetet i Stavanger ved Institutt for økonomi og ledelsesfag Norsk hotellhøgskole, mens Pål Hjort Berge er daglig leder i reklamebyrået Fasett.

Pål Hjort Berge: - Er det egentlig om å gjøre å pumpe så mange turister inn i regionen vår? Hva skal vi egentlig med dem? Tjener vi egentlig penger på dem?

Elisabeth Lærdal Skuland: - Jeg er litt enig i spørsmålsstillingen. Vi er i hvert fall nødt til å tenke nøye gjennom hva slags turisme vi skal drive med. Det handler om å tenke framover og kanskje sette noen begrensninger. Skal vi rett og slett tiltale oss å si: sorry, her er det fullt? Vi må prøve å styre utviklingen etter våre egne ønsker.

Pål Hjort Berge: - Knapphet skaper verdi! Jeg tenker at når tre cruiseskip legger til kai i Stavanger samtidig, så må produktet bli dårlig fordi vi ikke klarer å håndtere så mange gjester på én gang. Dessuten må vi vel tenke på det miljømessige aspektet?

Solveig Garnes: - Vi er i en fase hvor vi har mulighet til å ta disse diskusjonene før problemene oppstår. Vi må først og fremst levere et høykvalitetsprodukt. Miljøelementet er absolutt relevant i forhold til cruiseskipnæringen. Stavanger er en av de få havnene i verden som tar cruiseskip helt inn til hjertet i sentrum. Det



Elisabeth Lærdal Skuland, reiselivssjef

kan gi noen dårlige assosiasjoner. Til hva? **Lars Rødne:** - Til gjengjeld kjører ikke skipene inn i Lysefjorden, men passasjerene blir fraktet inn av oss. I Geirangerfjorden ligger jo båtene tett, og det ligger nærmest en tåke av røyk over skipene.

Pål Hjort Berge: - Er det egentlig maseturisme vi er ute etter slik cruise-segmentet gjerne vil bli forbundet med? Har vi egentlig ikke et tilbud som tiltrekker seg helt andre målgrupper, for eksempel basert på naturopplevelser og kultur?

Elisabeth Lærdal Skuland: - Vi spiller på flere strenger, og ønsker oss definitivt de som er ute etter opplevelser. For eksempel egner regionen vår seg svært godt til kort-ferier. Dette er utgangspunktet for Turismeprosjektet med Avinor i førersetet. Her skal det brukes fem millioner kroner over tre år for å fly inn turister til Sola på korte besøk og helgeferier. Erfaringene så langt er gode.

Solveig Garnes: - Maksimum opplevelser på kort tid er stikkordene. Det er et betydelig fortrinn at avstandene er så korte. I prinsippet kan du nå alt i løpet av én time her. Det er unikt, og byr på helt spesielle muligheter.

Legger turistene egentlig igjen penger? Definitivt! Regnestykket for cruise gjestene er enkelt. Tømmefingerregelen er at de legger om lag 800 kroner per snute når de er i land i Stavanger. I år får Stavanger besøk av 144.000 gjester, og dermed er det bare å finne fram kalkulatoren. I



Pål Hjort Berge, daglig leder i Fasett AS

Fjord-Norge, som dekker de fire vestlandsfylkene, er omsetningen nå 1,6 milliarder kroner. Det er altså ingen tvil om at økningen i turismen gir viktige bidrag til verdiskapingen i regionen.

Lars Rødne: - En tredjedel av omsetningen vår består av turisme. Det er en betydelig andel. Gjестene er kjøpesterke og krever kvalitet. Får de det, er det villige til å betale.

Elisabeth Lærdal Skuland: - Det er ikke så lett å tallfeste verdien. Vi snakker jo egentlig om et slags samfunnsregnskap. Vi må tenke på totalen. Skipene trekker jo folk til byen fordi det er stas å ham dem her. At de kommer rett inn til bykjernen, betyr jo at de legger igjen penger selv om de bare ligger til kai i fire timer.

Solveig Garnes: - Det finnes jo flere effekter enn selve besøket. Vi vet for eksempel at cruise gjestene har en tendens til å komme tilbake på individuell basis.

Pål Berge: - Men er det egentlig noen vilje til å satse på turisme? På meg virker det som om det er for få som egentlig fokuserer på å tjene penger på denne næringen. Det er vel et fravær av kapital og kreativitet i denne bransjen? Det tyder vel på at risikoen er for stor og inntjeningen for lav?

Elisabeth Lærdal Skuland: - Vi må nok bare innse at oljen har blitt en slags sovepute. Det er så mye penger å hente der at de fleste med penger henger seg på.

Lars Rødne: - Det finnes en god del som satser, spesielt i distriktene. Mange job-

entlig?



Tekst:
Harald Minge
Frode Berge
Foto: Kim Laland/
BITMAP



Lars Rødne, daglig leder L. Rødne & Sønner AS

ber selvstendig og er godt bevarte hemmeligheter, men de har klart å skape seg et levebrød.

Solveig Garnes: - Disse produktene er veldig viktige. Det finnes mange brennende sjeler, men så lenge de står alene, opererer de ofte på hobbybasis. Destinasjonsselskapene krever forutsigbarhet og stabilitet når de skal selge inn produktene, og det kan ikke alltid disse tilby.

Pål Hjort Berge: - Altså, ikke har vi tid til å ta oss av turistene. Hva skal vi da med dem? Det finnes få profesjonelle aktører, vi har ikke hotellrom, det er ikke lønnsomt, og vi har det jo så godt her fra før. Hva med de negative konsekvensene hvis vi rett og slett blir for populære? Ta Mallorca! Der har de brukt lang tid på å kvitte seg med grisepest-ryktet for å framstå som mer eksklusive. Det preger både markedsføringen og estetikken når nye hotell skal bygges. Vi må være bevisste på hvilke målgrupper vi satser på.

Solveig Garnes: - Vi har egentlig ikke få aktører, men et bredt utvalg av både profesjonelle og halvprofesjonelle. Det er dessuten en utbredt oppfatning at reiseliv ikke er noen skikkelig næring, men noe lystbetont.

Pål Hjort Berge: - Men hva har for eksempel dere i Rødne gjort? Dere frakter turister, men er dere med og utvikler tilbudene?

Lars Rødne: - Definitivt! Vi har involvert oss i de fleste prosjektene i Lysefjorden,



Solveig Garnes, stipendiat ved Norsk Hotellhøgskole.

for nettopp for å bidra til å få opp attraktiviteten. Helleren, Holta gård, Flørli og prøveprosjektet med guidet tur til Kjerag er gode eksempler.

Pål Hjort Berge: - Men hva skal egentlig folk i Lysefjorden? Det finnes jo ingenting der, ikke en eneste betalingsterminal. Kanskje må det tenkes i nye baner. Et stort spahotell, for eksempel?

Elisabeth Lærdal Skuland: - Faren er jo stor for at opplevelsen av eksklusivitet svekkes dersom det bygges for mye i naturen. Ellers må det påpekes at gode krefter er i sving for å se på dette nå. Både Lysefjorden Utvikling og Innovativ Fjordturisme er inne i bildet.

Hvordan blir vi oppfattet utenfra? Hvorfor vil turistene til Stavanger-regionen? Det evige spørsmålet er dessuten hvordan reiselivsbransjen skal organiseres. En tilbakevendende utfordring er evnen til å stå fram samlet og koordinert, samtidig som budskapet ut er tydelig og samstemt.

Lars Rødne: - En eneste destinasjonsorganisasjon hadde vært nok. I Rogaland tror jeg det finnes ti. Det kan bli kaotisk, og jeg har vanskelig for å tro at alle vil klare seg alene – at de er i stand til å nå ut.

Solveig Garnes: - Turistene bryr seg ikke om kommunegrenser. Det handler egentlig om å skape gode produkter under en felles paraply. Samtidig er det forståelig at noen kommuner har lyst til å markedsføre sitt eget produkt. Avstanden mellom

Stavanger og Suldal er jo ganske stor.

Pål Hjort Berge: - Her gjelder det å samle seg. Alle må selge Rogaland, og ikke bare seg selv. Vi må løfte blikket å se stort på det. Det blir helt feil dersom det skal bedrives merkevarebygging på hver eneste knaus.

Elisabeth Lærdal Skuland:

- Produktutviklingen kan skje ute i kommunene, men markedsføringen bør vi ta oss av. Det er avgjørende for resultatet at det er en viss størrelse på organisasjonen.

Pål Hjort Berge: - Til sist handler det om omdømmet. Hvorfor kommer turistene? Oslo er eksempelet på dårlig omdømme. Hvem vil dit nå, så lenge de stort sett forbinder hovedstaden med utrygghet, tiggere og prostituerte? Jeg tror folk fra andre deler av landet har en positiv oppfatning av oss. Det skjer mye, vi er ivrige her, og mange har fått med seg Bocuse d'Or, Stavanger2008, etc.

Elisabeth Lærdal Skuland: - Olje er nummer én, det viktigste kjennemerke. Mat og kultur står høyt, og dersom noen husker en attraksjon, er det Preikestolen som går igjen. Vi skal først og fremst markedsføre regionen nasjonalt og internasjonalt, men samtidig føler jeg det er en jobb å gjøre her lokalt. Mange på Storhaug har jo aldri vært på Preikestolen. Jeg tror det er potensial i det lokale markedet. Det er for galt at mange har bedre kjennskap til turiststeder i utlandet enn i egen hjemby.

Rosenkilden skal være forsiktig med å trekke bastante konklusjoner fra denne rundebordsdiskusjonen. To erkennelser fremstår imidlertid som uomtvistelige:

Rogaland har et stort uutnyttet potensiale som feriefylke

Og verdiskapingen kan bli enda større hvis vi mer målrettet legger til rette for de mest kjøpesterke turistene.

I panelet:

Elisabeth Lærdal Skuland, reiselivssjef
Lars Rødne, daglig leder L. Rødne & Sønner AS

Solveig Garnes, stipendiat ved Norsk Hotellhøgskole - Institutt for økonomi og ledelsesfag, Universitetet i Stavanger

Pål Hjort Berge, daglig leder i Fasett AS

Viser matbyen Stava

I september vil millioner av seere i USA få servert smakebiter fra Stavanger-regionen i tv-programmet Perfect Day. Programleder Andrea s Viestad lager rekesuppe, lam og laks mens han forteller om kultur- og matbyen Stavanger. Dersom Viestad faller i smak hos tv-kanalene, kan Stavanger også rulle over tv-skjermene i Europa, Kina, Afrika, Midt-Østen og Australia.



Tekst: Cathrine Gjertsen
Foto: TellusWorks AS/ Perfect Day TV

Medieselskapet bak programmet, Tellus Works, har tro på at Perfect Day blir en suksess. Selskapet står nemlig bak forgjengeren til Perfect Day - New Scandinavian Cooking. Matprogrammet, med kjendiskokkene Tina Nordstrøm (Sverige), Andreas Viestad (Norge) og Claus Meyer (Danmark) ble solgt til riksdekkende TV i USA, og til CCTV i Kina, BBC Food, Tyskland, Frankrike, Italia, Finland, Tsjekkia og Australia. Kinesere og amerikanere blir også sultne når de ser Andreas Viestad utfolde seg i naturskjønne omgivelser med nordiske råvarer. TV-showet bygger på norske og nordiske matprodukter —som i sin tur kanskje også bidrar til økt salg av reiselivstjenester.

- Vi tror Perfect Day, med Stavanger-innslag, kan bli like populært som New Scandinavian Cooking, sier producer Jan Erik Lustigw. Han forteller at tv-serien har utviklet seg til et livsstilsprogram hvor historie og kultur og reiseliv er viktige elementer i tillegg til mat. Innspillingen fra Stavanger viste bl.a. Hermetikkmuseet, Gamle Stavanger, Vågen, Fisketorget, restauranten Tango, kafeen Sjokoladepiken og innslag fra Stavanger2008- arrangementet Pasjon i og rundt Domkirken.

- Vi ønsket å fortelle seerne om Stavangers historie, hva som har bygget byen og om hvilken kultur det er her. Olje, i form av sardinolje og petroleum, var selvsagt viktig å ha med i programmet, forteller Lustig.



Andreas Viestad lager pai med plommer og marshmallows på Sølyst under innspillingen av tv-serien Perfect Day.

FLERE PROGRAMMER

Produksjonsselskapet vil gjerne filme flere episoder av serien i Stavanger-regionen.

- Stavanger-regionen har mye å tilby. Vi satser på å spille inn minst to nye programmer fra denne regionen. Går alt etter planen, kan vi starte innspillingen av disse i slutten av september, sier Lustig.

Region Stavanger, Stavanger-regionen



Næringsutvikling og Stavanger kommune har inngått en samarbeidsavtale med Tellus Works om de to kommende programmene. Reiselivsdirektør i Region Stavanger, Elisabeth Lærdal Skuland, mener programmene vil gi positive ringvirkninger for regionen.

- All erfaring fra byer og områder som har hatt besøk av tv-kokkene, viser at stedene som vises i serien, blir mer attraktive for turister. Besøkestall, overnat-

nger til hele verden



Andreas Viestad, Thor G. Norås og gøglere fra Stavanger2008 sitt prosjekt Pasjon, nyter lokale råvarer på Sølyst under filminnspillingen av tv-serien Perfect Day.

tinger og treff på websider viser tydelige resultater etter at programmene er vist på tv. København hadde en enorm vekst i overnattinger etter at byen ble vist fram gjennom programmet New Scandinavian Cooking. Vi håper selvsagt også på en slik effekt for Stavanger-regionen. I tillegg til å tiltrekke oss turister, kan profileringen i Perfect Day være med på å bygge opp vår egen stolthet som region.

FOLK OG MAT

Administrerende direktør i Stavanger-regionen Næringsutvikling, Elin Schanche, håper Perfect Day- programmene vil promotere matnæringen i regionen og vise frem området som et godt sted å bo og arbeide. – Vi er opptatt av å tiltrekke oss kompetent arbeidskraft. Derfor håper vi programmene vil vise at vi er en attraktiv region med et spennende kulturliv,

fin natur og høy livskvalitet. Det jeg liker best med regionen vår, er at den er så variert. Vi har fjell, fjorder, strender, byer og bygder. Forhåpentligvis vil dette også appellere til tv-seerne. Hvis vi også klarer å få frem at vi har et variert og spennende næringsliv som går på høygir, så har vi fått full uttelling.

Senior bedriftsrådgiver Karen M. Nilsen,
Sparebanken Vest, Stavanger.

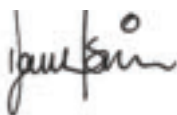
Kunne du tenke deg en bank som faktisk tar seg tid til bedriften din?

Her er vårt løfte til deg som bedriftskunde: Vi vil gi deg og din bedrift tett og personlig oppfølging og legge til rette for en god og varig dialog oss imellom. Slik skal vi sammen finne frem til de beste løsningene for din bedrift.

Sparebanken Vest er som landets tredje største sparebank, et komplett finanshus med løsninger innen bank, forsikring og eiendom til både næringsliv og privatpersoner.

Jeg håper du vil benytte deg av min fagkompetanse og kjennskap til næringslivet i Stavanger-regionen for å finne de optimale løsningene for din bedrift. Du kan nå meg på telefon 51 56 92 12 eller mobil 416 24 684 eller e-post karen.nilsen@spv.no.

Vi sees!



Karen M. Nilsen

Sparebanken Vest Stavanger, Romsøegården

Åpningstider: 09–15.30

Kundeservice: 815 22 002 - valg 4, åpent 7–21 (9–16)

www.spv.no

 ottesen
&dreyer

Ottesen & Dreyer
del av Sparebanken Vest

 SparebankenVest
– satser på Vestlandet

Kulinariske Stavanger?



SIMSALASTAVANGERFORUM!



Vi har plass til de store julebordene og ubegrensede muligheter for fantastisk innramming. Med nesten 30 års erfaring som teknisk arrangør vet vi hva som skaper den riktige stemningen. Risgrøt eller røkelaks. Snølandskap eller tømmerhytte. Klaver eller karaokemaskin. Fantastisk lyd eller stille natt. Vi ordner det du trenger, eller alt du ønsker deg.

Ingen julebord er like – men alle er like viktige.



stavanger forum
www.stavanger-forum.no



Ørnsdalsvatnet er en av perlene til Anne Margrethe Vikeså. Her tar hun gjerne med gjestene på ørretfiske.
Foto: BR/A.O.Klippenberg

- Reiselivet har behov

Reiselivsbranjen i regionen bør spesialisere seg mer, mener Anne Margrethe Vikeså i Bliss Reiseopplevelser. Selv spiller hun både Huldra og budeie.



Tekst: Harald Minge

Reisefølget fryder seg! Vikeså er utkledd som Huldra og framfører diktet "Fanitullen" av Jørgen Moe. Det foregår på norsk, men til og med utlendingene i følget er trollbundet. Sammen med fiolinisten er hun alene på scenen på Byrkjedalstunet, og skildrer gamle dagers brylluper hvor konene hadde med likskjorter i vesken fordi det som regel gikk liv tapt i slåsskampene. Mer spesielt og eksotisk kan det neppe bli. Så er det da også særpreget som står i sentrum for Bliss Reiseopplevelser.

Siden 2006 har Anne Margrethe Vikeså drevet selskapet alene. Bak står veleta-

blerte og kvalitetsbevisste aktører som Flor & Fjære og Røysland Gaard. Vikeså har bakgrunn som sanger, gateartist, komponist, teaterinstruktør og innen reiseliv i Europa. Nå bruker hun disse egenskapene som guide og reiseleder i den rogalandiske naturen, enten det gjelder folklorekvelder, ørretfiske i Bjerkreim eller andre naturopplevelser.

EKTE OPPLEVELSER

- Vi ville skape unike og ekte opplevelser i Rogaland. Derfor etablerte vi Bliss. I min leting etter rogalandiske opplevelser gikk jeg på nettet og søkte etter "folklore". Søket var resultatløst, og dermed åpnet en av mange muligheter seg. Innovasjon Norge trodde på oss og bidro med økonomisk støtte. Nå mener vi å ha et unikt produkt som vi tror på, sier hun.

Fokuset er mat, natur og kultur. Bliss jobber med å finne kvalitetsbevisste lokale leverandører.

- Vi kan ikke gå på akkord med kvaliteten. Derfor er vi opptatt av å finne fram til de rette. Kanskje trenger noen litt drahjelp, og da hjelper vi gjerne. Målet er å finne fram til enkeltpersoner som brenner for et produkt, og som har noe spesielt å bidra med.

REISELIVET BØR SPISSES

Markedet er kortferiesegmentet, de som vil oppleve mye på kort tid. Til nå har selskapet konsentrert seg om grupper, men satser etter hvert på å kunne ta imot individuelle kunder. Nå gjelder det å forholde seg til prognosene som forteller om en betydelig økning i turisme til Stavanger-regionen.

SANGTEST PÅ IKEA FOR BBC

I midten av juni fikk Anne Margrethe Vikeså en telefon fra BBC Irland med spørsmål om hun kunne bidra med en sang i en ny programserie om frierier på rare steder. Vikeså var på IKEA da de ringte, og ble på direkten spurt om hun kunne gi dem noen prøver på sangstemmen over telefonen, og helst et utdrag av aktuelle sanger de kunne bruke. Dermed satte hun seg ned i en IKEA-sofa og sang Huldreløkk og mye annet urnorsk. Til sist hadde hun en hel flokk rundt seg som lurte på hva hun egentlig drev med der hun satt og sang inn i mobiltelefonen. Men hun fikk jobben! Oppdraget gikk ut på å synge norske sanger under et frieri som skulle foregå på Kjerag. Vikeså stilte i bunad i Lysebotn og ble fløyet opp til Kjerag med helikopter sammen med hun som skulle få det store spørsmålet. For at bruden (?) ikke skulle fatte mistanke, var kameramannen med i helikopteret og filmet Vikeså. Dekkhistorien var at hun var en norsk popstjerne med ny CD som skulle lage musikkvideo.

Det regnet kraftig, maskaraen rant nedover kinnene, og håret sto til alle kanter. Iført rogalandsbunad og med utslåtte armer sang Vikeså tre vers av Herre Gud ditt dyre navn og ære. Heldigvis svarte kvinnen JA. Programmet blir for øvrig sendt på BBC en gang i oktober.



Fjellørretfiske på Berland. Ro i sjelen og fisk i vannet. Foto: BR/K.Dahle

for spesialisering

Anne Margrethe Vikeså trives både i rollen som budeie og Huldra. Som leder for Bliss Reiseopplevelser satser hun på det spesielle og særpregede. Foto: BR/A.S.Ognedal

- Vår plan er å satse på Rogaland først. Så prøver vi oss nasjonalt og internasjonalt. Regionen står overfor en utfordring når det gjelder å takle økt etterspørsel. Jeg tror flere må satse på samme måte som oss for å møte den, sier Vikeså. Ikke fordi alle bør tilby det samme, men fordi hun mener at reiselivet bør spisses.

- Det finnes mange aktører, men jeg opplever det som om noen har et for vidt spekter. Det er umulig å bli god på alt. Jeg har stor tro på spesialisering og ikke minst originalitet.

DE UKJENTE PERLENE

Det er Preikestolen og Lysefjorden som regionen hovedsakelig markedsfører. Det tror Vikeså er helt rett. Likevel mener hun at det finnes mange godt skjulte hemmeligheter.

- Jeg kan nevne eksempler som Ørdsalsvatnet og Gloppedalsura, steder hvor du kan føle spesielle stemninger og få unike naturopplevelser. Jeg tror denne type turisme vil bli stadig mer etterspurt, og det bør vi være forberedt på. Dersom vi nå står ved et veiskille på grunn av økt

turisme, bør vi velge rett vei. Jeg tror særpreg og ekthet er det rette, sier hun, og framholder behovet for samarbeid.

- Vi aktører må bli enda flinkere til å spille på hverandre – og heller tilby ulike kombinasjoner og totalopplevelser. Jeg har ikke problemer med å sende kunder videre dersom jeg vet om en leverandør som passer dem bedre.

SERVICENÆRINGEN MÅ BLI BEDRE

Hun lever kanskje fjernt fra de merkede turistløpene. Kontoret har hun på Vikeså, og best trives hun når hun får være villmarkskokk for sine gjester rundt et bål, samtidig som hun tar en sang og forteller historier. Men hun er ofte nok i "sivilisasjonen" til å ha klare synspunkter på servicenæringen i regionen.

- Her er vi rett og slett ikke gode nok. Jeg forventer å bli møtt med et smil og en viss høflighet når jeg handler eller er på restaurant. Dette synes jeg er et problem for regionens reiselivsnæring. Tenk hvis vi kunne blitt kjent for vår hjertevarme og service, sier Huldra fra Vikeså.



Russerne har fått

Foreløpig er ikke russerne så mange, verken i antall eller i prosent av reiselivs-næringen, men det er en av de turist-gruppene som vokser raskest. Særlig på Vestlandet.



Tekst: Jan Gjerde
Foto: Hild Bjelland Vik/
BITMAP

I et intervju i Rosenkilden i april i år, sa Steinar Madsen, administrerende direktør i DSD som er hovedaksjonær i Tide, at vi bare har sett begynnelsen på turist-tilstrømming fra land som Russland og Kina, og at særlig Fjord-Norge står sterkt.

I 2007 utgjorde turister fra Russland en markedsandel på 1 prosent av utenlandske ferie- og fritidsankomster til Norge. Men selv om tallene foreløpig er små, registrerer vi en sterk prosentvis vekst, opplyser seniorrådgiver Margrethe Helgebostad i Innovasjon Norge. Til sammenligning utgjør polakkene 3 prosent.

Olga Philippenko, som er markeds-sjef for det russiske marked i Innovasjon Norge, opplyser at bak denne ene pro-senten ligger det 41.000 russere som i 2007 valgte Norge som ferieland, og at de representerte 348.000 ferie- og fritids-gjestedøgn, en økning på 80.000 fra 2006. Hun forteller videre at Norge fortsatt må betraktes som et ukjent land for russerne, så Innovasjon Norges kontor i Russland må jobbe for å markedsføre Norge som et naboland og fortelle om gode reiselivspro-dukter og unike opplevelser.

Anne-May Waage i Tide er kanskje den i Stavanger-regionen som kjenner reiselivsmarkedet i Russland best med hensyn til interesse for Norge og Vestlandet.

smaken på Vestlandet!

- En av våre største utfordringer i Russland er å øke forbrukernes og distributørleddets kjennskap til Norge som et attraktivt reisemål, sier hun.

MARKEDSFØRING I RUSSLAND

Anne-May Waage er kanskje den i Stavanger-regionen som kjenner reiselivs-markedet i Russland best med hensyn til interesse for Norge og Vestlandet. Hun er daglig leder av selskapet Tide Fjordcruise A/S, tidligere kjent som Veteran Fjordcruise AS, som hun var med å starte.

- Over en periode på 15 år bodde jeg i Afrika, USA og Storbritannia. Da jeg kom tilbake til Norge og Stavanger så jeg med helt nye øyne på hvor vakkert vårt land og vår landsdel er. Jeg bestemte meg for at jeg ville jobbe med reiseliv, og etter noen år hos Rødne tok jeg spranget og ble gründer. Vi startet Veteran Fjordcruise AS, og Lysefjorden ble etter hvert hoveddestinasjon. I 2006 ble vi kjøpt opp av Stavangerske (DSD), og i dag er vi en del av Tide Reiser AS. Jeg rapporterer direkte til administrerende direktør i Tide Reiser AS og representerer Tide-konsernet når Norge og Vestlandet skal markedsføres i Russland, forteller Anne-May Waage innledningsvis.

- Er det krevende å få russerne interesserte i Norge som reisemål?

- For russerne er Norge eksotisk, og naturen er spektakulær. Det vil nok gå litt tid før Norge blir et vanlig reisemål for russerne, slik vi ser mange andre steder i verden. De som kommer hit, tilhører den øvre middelklasse og de rike. Og det er naturopplevelsene som trekker. I så måte er Lysefjorden med Preikestolen og Kjerag kjente ikoner. Alt det andre som vår region har å tilby, er ren bonus! For oss består salgsarbeidet først og fremst i et nært samarbeid med reiselivsselskaper og turoperatører i St. Petersburg og Moskva. Både i 2005, 2006 og 2007 deltok jeg på workshops med de fremste i bransjen der. Vi satser på kvalitet i hele verdikjeden, sier Anne-May Waage.

- Statistikk viser at over to tredjedeler av turiststrømmen fra Russland går til Østlands-regionen?



- Dette er et bilde som nå endres raskt. Alle nye tall for 2008 viser at det er Vestlandet som øker sterkest i turisme i Norge. 30 prosent økning i turisttrafikken hit til i år i forhold til i fjor. For oss i Tide Reiser er det et sentralt salgsargument at Fjord-Norge starter i Stavanger. Her har reiselivsnæringen lykkes i å posisjonere Stavanger-regionen, det ser vi også på cruise-

trafikken. Men vi har også utfordringer: Vår oppgave er å legge opp til program og turer med utgangspunkt i Stavanger. Da er blant annet hotellkapasiteten i ukene et problem. I dag har vi 80 russerne fordelt på to grupper som er på tur i Lysefjord-området. Den ene gruppen kjører med buss om Sirdal og skal til Kjerag, før de tar båten fra Lysebotn tilbake til Stavanger. Den andre gruppen skal til Preikestolen. Løsningen på hotellkapasiteten i Stavanger er rett og slett at den

ene gruppen overnatter i Haugesund!

- Hva med språket?

- Hos oss har vi to medarbeidere i staben som behersker russisk. Vår nettside har også en russisk versjon som vi har laget selv. Og vår egen Lysefjord-guide, som deles ut til alle passasjerer, har også en russisk avdeling. Fortsatt finner vi ikke så mange skilter og menyer på russisk i vår region, slik vi gjerne ser i utlandet, men jeg vil framheve det flotte heftet på over 120 A4-sider i fire farger som Fjord-Norge har utgitt i samarbeid med Stavanger2008 og Region Stavanger, Stavanger-regionens destinasjonsselskap.

RUSSERNE POSITIVE

- Hvordan er russerne å ha med å gjøre?

- Fantastisk positive. Det gjelder både de reiselivsoperatører vi samarbeider med, og gjestene. Først og fremst er det naturen som begeistrer, og kan vi legge inn en liten fisketur i programmet, er begeistringen i taket. Kultur og historie er de ikke så interesserte i, det har de så mye av i sitt eget land, men Gamle Stavanger fascinerer. Det representerer noe de ikke har sett før. I det hele tatt, en by av Stavangers type er så helt annerledes enn noe de har sett tidligere.

Hvor stort er så det russiske segmentet for dere nå?

>>>

Antall ankomster, gjestedøgn og gjennomsnittlig oppholdslengde for russiske feriegjester pr. år

Ankomster og gjestedøgn

Gjennomsnittlig antall døgn



Vi startet for alvor i 2005, og i 2006 begynte vi å se resultatene av satsingen. I 2007 hadde vi 2.400 gjester fra Russland. Prognosen for 2008 er 85 grupper og 3.400 personer. Forresten hadde vi i fjor styret i Coca Cola Russia som våre gjester på rundtur med båt på Lysefjorden og buss over fjellet. Det forteller om en verden som har forandret seg, avslutter Anne-May Waage.

MANGE HENVENDELSER

Et par dager etter denne samtalen med Anne-May Waage var intervjueren innom turistkontoret i Kulturhovedstadsbygget på Domkirkeplassen. Det var naturlig å spørre betjeningen om de merket noe til russerne? Å, jo da. Ukentlig var det nok rundt ti henvendelser fra russere. De fleste var gjester på cruiseskipene i Vågen.

Dette kontoret drives av Region Stavanger BA, Destinasjon Stavanger, Sandnes og Jæren, med kommunene Randaberg, Stavanger, Sandnes,

Sola, Gjesdal, Klepp, Time og Hå som medeiere. Leder av selskapet, Elisabeth Lærdal Skuland, forteller til Rosenkilden at de så langt arbeider ut fra en strategi hvor de i markeds- og salgsarbeidet prioriterer Storbritannia, Tyskland, Nederland, Spania og De nordiske land. Sett fra reiselivsnæringens synsvinkel er en av utfordringene å øke hotellbelegget i helgene. Dette er en strategi som selskapet har lykket med og hvor særlig utviklingen i 2008 har vært oppløftende, forteller hun. De er fullt ut klar over det potensial som Russland og andre land i Øst-Europa representerer, men hun presiserer at Region Stavanger BA er en medlemsbedrift som må prioritere de områder som medlemmene ønsker at skal prioriteres. Det er klart at med den forhåpentligvis kommende økningen i regionens hotellkapasitet vil vi være i stand til å ta imot flere gjester, og hvis medlemmene våre ønsker at vi skal prioritere nye markeder, er vi klare til å satse, opplyser hun.



Russiske turister guides i Lysefjorden.

Kreditorforeningens Høstseminar 2008

Årets viktigste fagseminar for deg som jobber med kreditt og innfordring:

Tid: 22 og 23 oktober
Sted: Quality Airport Hotel Stavanger, ved Sola Flyplass
Program: se www.kred.no

Noen av våre tjenester:

Inkassotjenester i inn- og utland
Fakturering/fakturaadministrasjon
Fagseminar og kurs
Rådgivning
Juridisk bistand

For mer informasjon kontakt oss:

Tlf: 51 90 54 50, e-post: eh@kred.no eller les mer på våre nettsider: www.kred.no

Kreditorforeningen Vest, Kvalebergv. 21, postboks 822 Sentrum, 4004 Stavanger



Ryfylke tror på dobling:

Stort potensial i den ”nye båtturismen”

I framtiden kan den sjørettede næringen i Ryfylke omsette for over hundre millioner kroner, hevder Inge Håvard Aarskog i destinasjonsselskapet Reisemål Ryfylke. Optimismen skyldes blant annet en ny type båtturisme.

Fjord-Norge har i de senere år representert den største veksten i turist-Norge, og i Fjord-Norge er Ryfylke blant de som øker mest. Men selv om veksten har vært eventyrlig, ser bransjen muligheter for en dobling innen båtturisme i løpet av de nærmeste årene. I dag legger båtfolket i Ryfylke igjen rundt 50 millioner kroner årlig.

- Vi har et unikt produkt som er mer etterspurt enn før. Det spennende er at en ny type båtturister tar Ryfylke i bruk. De stiller høyere krav til fasiliteter og aktivitetstilbud enn det mer tradisjonelle båtfolket. Dessuten er de villige til å bruke penger, sier Håvard Aarskog i Reisemål Ryfylke.

FLERE AKTIVITETSTILBUD

Den nye båtturismen er preget av flere daycruisere, folk med raske båter som i større grad søker både overnatting, bespisning og ulike aktiviteter på land. I snitt er de tre personer i båten. 40 prosent av dem har unger med seg, og de må ha noe å gjøre.

- De som driver med reiseliv i Ryfylke har nok hatt en tendens til å overse at båtfolket har blitt en langt mer kjøpesterk gruppe med andre krav til tjenester – enten det gjelder varetyper eller aktivitetstilbud. En båt bruker 880 kroner i døgnnet i Ryfylke. Bare 160 kroner av denne summen blir brukt til aktivitetstilbud. Grunnen er ikke manglende betalingsvilje, men et for svakt tilbud, sier Aarskog.

STOR-OFFENSIV

Det legges nå opp til en offensiv sat-sing for å utnytte mulighetene i fjor-



Inge Håvard Aarskog i Reisemål Ryfylke mener at det framtidige potensialet for båtturisme er svært stort, men at det kreves omfattende forbedringer av tilbudet. Foto: Svein Tveit

dene. Reisemål Ryfylke utfordrer både Hordaland og Agder-fylkene.

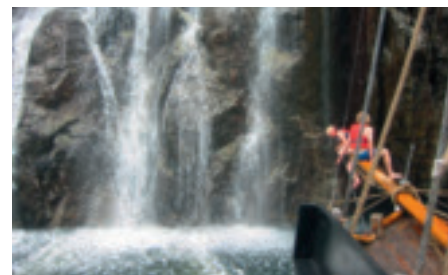
- Med bedre tilrettelegging tror vi på tilsig fra både sør og nord. Terskelen er kanskje lavest i Hordaland fordi båtfolket slipper å passere Jæren for å besøke oss, men også sørlendingene håper vi åpner øynene for Ryfylke. Vi vil påstå at det er bedre plass, mange lune havner og et mer variert og kontrastfylt landskap her, sier han.

Nå satses det på en hardere markedsføring, samtidig som det jobbes med å overbevise næringen i Ryfylke om at tilbudene må forbedres.

- Det går ofte på enkle ting. Hvor fyller du luft i flaskene hvis du driver med dykking og hvem selger fjellsko til de som vil

utnytte de mange flotte turmulighetene? Hva med å satse mer på egenproduserte varer som vi vet er sterkt etterspurt, spør Aarskog.

Tekst: Harald Minge



De nye båtturistene ønsker overnatting, flere aktivitetstilbud og bedre utvalg i matbutikkene. På bildet ser vi båtfolk besøke Hengjane-fossen i Lysefjorden.

Slik lykkes det lokale

Rosenkilden ba to studenter vurdere

Som innflytter til Stavanger og Rogaland har jeg mang en gang blitt imponert over regionens reiselivsnæring og dens aktører. Stadig flere bedrifter dukker opp og tilbyr forskjellige aktiviteter og opplevelser.

Av Ida Texmo Prytz

Man kan dra på laksesafari, besøke islandshestegård, delta på surfekurs eller på tomatfestival. Her må da finnes aktuelle tilbud til alle, uansett hvilke preferanser man måtte ha når det kommer til feriering. I tillegg er Stavanger europeisk kulturhovedstad dette året, noe som gir ytterligere blest om regionen. Innovasjon og entreprenørskap preger næringen, og i likhet med andre næringer er dette viktige suksessfaktorer med tanke på bærekraft og overlevelsessevne i dagens konkurranseutsatte samfunn.

Men det ser ut til at reiselivsnæringen på sikt kan komme til å slite med en annen kritisk suksessfaktor, nemlig kvalifisert arbeidskraft. Tidligere i år arrangerte aktører fra hotell- og restaurantnæringen i Stavanger-regionen fellesmøte for å diskutere hvordan man skal få flere til å velge yrker innenfor disse næringene, næringer som nok kan sies å utgjøre en relativt stor andel av den totale reiselivsnæringen hva gjelder sysselsetting. Dette rekrutteringsproblemet bør interessere og engasjere flere enn kun aktører fra reiselivsnæringen, da en velfungerende reiselivsnæring er en forutsetning for at andre deler av næringslivet skal kunne drive sin virksomhet optimalt.

NÆRING OG LÆRING PÅ SAMARBEIDE

Samarbeid med de aktuelle utdanningsinstitusjonene kan styrke en næring ytterligere. Her kan Stavanger-regionen stille sterkere sammenlignet med mange andre steder, siden vi har egne utdanninger innenfor reiselivsnæringen. Men etter tre års studier i hotelledelse ved Norsk Hotellhøgskole, er min mening at det finnes forbedringspotensial når det gjelder grad av samarbeid mellom læring og næring. Jeg tror det er viktig at både reiselivsnæringen og Universitetet

Det nytter ikke med verdens beste oppskrift så lenge man ikke får tak i de rette ingrediensene...

i Stavanger ser hvilke kilder til kunnskap økt grad av samarbeid kan føre frem til. Da vil man nok i enda større grad kunne sikre at utdanningen man tilbyr ivaretar reiselivsnæringens behov, både i dag og i fremtiden.

Det har blitt sagt at en reiselivsbedrifts suksess avhenger av tre faktorer: beliggenhet, beliggenhet og beliggenhet. Så lenge beliggenheten er god nok, går butikken av seg selv. I dag bør nok fokus rettes mot tre faktorer som nok er minst like viktige: kompetanse, kompetanse og kompetanse. Kompetanse til å vite hvordan man skal kunne lykkes med sin reiselivsbedrift, gjennom innovasjon og entreprenørskap. Kompetanse til å vite hvilke aktører innenfor bransjen, utdanningsinstitusjonene og næringslivet generelt man bør samarbeide med, hvordan dette samarbeidet bør ta form og hvilke frukter man kan høste av samarbeidet, i dag og i fremtiden. Kompetanse til å rekruttere kvalifiserte medarbeidere, samt utvikle og stimulere disse medarbeiderne slik at man beholder dem innad i bedriften.

Jeg tror fremtiden til reiselivsnæringen i Stavanger-regionen ser lys ut. Ikke bare på grunn av evnen

til nyskapning og den rådende entreprenørånden, men også fordi næringen har et ressurssterkt næringsliv samt solide utdanningsinstitusjoner den bør kunne støtte seg til. I likhet med mange andre næringer fokuserer man også på kompetanseutvikling, både innad i bedriftene og for næringen generelt. Men rekrutteringsproblemet bør tas på alvor, noe det ser ut til at næringen gjør. Det nytter ikke med verdens beste oppskrift så lenge man ikke får tak i de rette ingrediensene...



Ida Texmo Prytz har Bachelor i hotelledelse og master i økonomisk analyse (siv.øk), ferdig våren 09. Foto: Hild Vik Bjelland/BITMAP

reiselivet!

utfordringene for Stavanger-regionen

Vil Stavanger klare å tiltrekke seg turister i framtiden? Historisk utvikling, arenaprojektet, bærekraft, og internett er sentrale begreper. Spesielt synes helgemarkedet å være en utfordring.

Av Ådne Skurdal

Stavanger har opplevd en enorm vekst de seneste årene. Snittprisen har økt med 28 prosent de siste fem årene til 920 kroner i 2007, og hotellbelegget har økt med 25 prosent til 74,7 prosent. Dette resulterer i en RevPAR økning de siste fem årene på hele 58 prosent. Svært imponerende, og utvilsomt den sterkeste veksten i Stavanger noensinne

Det har nok imidlertid vært det sterke olje- og riggmarkedet som har drevet pris og belegg, ikke turister. Om man ikke har blitt skremt av høye priser har det i enkelte perioder simpelthen vært umulig å oppdrive ledige hotellrom i Stavanger. Veksten har naturlig nok gledet hotell-eiere, men priser og belegg har gjort Stavanger, Sola og Sandnes utilgjengelig for den vanlige turist i midtukene. Dette

”Det er fantastisk at alle tilbudene finnes i regionen, men disse må settes sammen på en slik måte at de blir attraktive for turister å ta del i.

er problematisk i et år hvor man har blitt tildelt tittelen Europeisk Kulturhovedstad.

HELGESATSING AVGJØRENDE

Heldigvis er det engang slik at de ulike segmentene reiser på ulike tidspunkter. Midtuke preges av forretningsreisende og konferansegjester, mens weekendene preges av turister. For å øke turismen i Norge i helgene har regjeringen, gjennom Innovasjon Norge, satt i gang flere initiativ som skal trekke flere turister til områder som sogner til blant annet Region Stavanger. Først og fremst skal det såkalte Arena-prosjektet trekke frem fjordene våre som destinasjon, og forsøke å få innpass i det lukrative helgemarkedet. Det er meget vanlig å ta en langhelg i en storby, men det å oppleve unik natur kombinert med ulike kulturtilbud har ikke vært så vanlig til nå. Dette kan etter min mening være en interessant strategi om den gjennomføres på riktig måte. Og i Stavanger ligger alt til rette for at dette bør bli et satsningsområde: Unike opplevelser og aktiviteter finnes på rekke og rad.

KULTUR OG MAT

Det å kunne tilrettelegge for opplevelser i naturen – tradisjonelle opplevelser som Prekestolen, Kjerag, og hvalsafari, må suppleres med nye opplevelser av innovativ karakter. I tillegg må dette pakkes sammen med gode kulturtilbud, og et fremragende mattilbud. Når det gjelder mat, er heldigvis regionen i front i Norge, og må fortsette å bevare denne posisjonen. Disse tre aspektene må utføres på en bærekraftig måte, siden kundene blir stadig mer bevisst på ansvaret bedriftene tar. Både når det gjelder utslipp av CO₂, og støtte til humanitære formål lokalt og globalt.

Det er fantastisk at alle tilbudene finnes i regionen, men disse må settes sammen på en slik måte at de blir attraktivt for turister å ta del i. En overordnet internett-side som gjør at kundene kan plukke ut ulike aktiviteter, hotellrom, restauranter, museum og opplevelser, og ikke minst flyreisen til Stavanger, vil gjøre prosessen svært enkel. Dette er også foreslått i en artikkel skrevet av Neil Salerno. I en verden hvor tid blir mer og mer viktig, bør prosessen å booke et opphold, samt innholdet i oppholdet, gjøres så enkelt som mulig. Det å satse på internett som kanal samsvarer godt med den økningen man har sett i mediet de seneste årene, og hvilken betydning dette vil ha i framtiden. Når turistene kan booke alle deler av weekenden et sted og denne siden er godt markedsført i de aktuelle markedene, tror jeg Stavanger-regionen vil ha store muligheter til å tiltrekke seg turister i den viktige weekend-perioden. Reiselivet har i følge Vestlandsforskning en vei å gå når det gjelder internett, og plattformer for booking av opphold.



Ådne Skurdal har bachelor i økonomi fra Høgskolen i Buskerud. Han har også master i internasjonal Hotell- og reiselivsadministrasjon fra Norsk Hotellhøgskole UiS

- Næringslivet bør markedsføre Stavanger-regionen i utlandet

Da Ole Rugland åpnet Skanems nye fabrikk i Thailand, var det helt naturlig å markedsføre Stavanger-regionen. Nå håper reiselivssjef Elisabeth Lærdal Skuland at flere bedrifter i regionen gjør det samme.

I fjor sommer fikk de 150 lokale gjestene på Skanems fabrikkåpning i Bangkok se det aller beste Stavanger-regionen har å by på. Til stede var både kunder og representanter fra offentlige.

- På et stort lerret i den ene enden av fabrikken presenterte vi flotte bilder fra morgen til kveld, og i åpningstalen vektla jeg både regionens og Skanems historie. Det var artig å se hvordan gjestene reagerte på presentasjonene og bildene. For dem var dette ekstremt eksotisk og tilba-

kemeldingene var gode, sier Ole Rugland. Nå oppfordrer han andre selskaper til å gjøre det samme.

- Verdien av å markedsføre regionen er viktig, men samtidig merket jeg at vi selv fikk mye ut av det. I Skanem er vi både stolte av vår egen og regionens historie, og i kombinasjon fungerer dette svært godt. Bare ti prosent av Skanems virksomhet foregår i Norge så vi får ofte anledning til å snakke om hvor vi kommer fra for folk fra andre land og kulturer, framholder Rugland.

BEHOV FOR TETTERE SAMARBEID

De ulike presentasjonene fikk Rugland fra destinasjonsselskapet Region Stavanger BA. Nå håper reiselivssjef Elisabeth Lærdal Skuland at flere gjør som Rugland. Med et så internasjonalt orientert næringsliv som i Stavanger-regionen er mulighetene store.

- Det er et mål for oss å få til et tettere samarbeid med næringslivet i regionen. Vi har materiellet som trengs, det er bare å komme til oss. Å ha ambassadører ute betyr mye for omdømme- og merkevarebyggingen. Dette er en viktig mulighet til å spre kjennskap og kunnskap om regionen, sier Lærdal Skuland.

For framtiden tror hun det er spesielt viktig at næringslivet formidler den

samme regionsprofilen.

- Mange bedrifter har brukt tid og penger på å lage egne presentasjoner. Vi ber dem heller komme til oss. Det er en stor fordel at vi formidler et felles budskap, og vi vet jo nettopp hva som virker og hvilke områder det bør fokuseres på, sier hun.

Region Stavanger BA har mulighet til å utvide repertoaret og skreddersy presentasjoner.

- Det forutsetter riktignok at næringslivet stiller opp fordi vi har knapphet på ressurser, men vi har kompetanse på dette og kan tilrettelegge ulike opplegg på forskjellige språk.

Lærdal Skuland tror næringslivet selv kan ha godt nytte av å markedsføre regionens ulike fritidsmuligheter og tilbud.

- Vi har behov for mer arbeidskraft og må tiltrekke oss kompetanse. En viktig grunn for innflyttere er trivselsfaktoren, og derfor må vi vise fram det vi har, avslutter hun.

Tekst: Harald Minge



Ole Rugland i Skanem markedsførte Stavanger-regionen da han åpnet en ny fabrikk i Thailand. Nå oppfordrer han andre bedrifter til å gjøre det samme.



Prekestolen er en gjenganger når regionen blir eksponert i utlandet.



Gauselsplitten

Bygg A og B er to moderne kontorbygg, beliggende sentralt på Forus/Lura. Arealer tilbys i bygg C (se illustrasjon) (prosjektert).

OM EIENDOMMEN

Beliggende på Forus Øst, meget god profilering mot riksveien og Gamle Forusvei. Umiddelbar nærhet til planlagt bybanetrasè. Kort gangavstand til nye Gausel stasjon (jernbane-). Parkering i parkeringsanlegg. Felles resepsjon, kantine etc.

STATUS

Bygg C ca 3 500 m² under planlegging. Areal pr bygg ca 3 500 m² ++. Etasjeareal ca 650 - 700 m² BTA.

Gode muligheter for tilpasning til leietakers behov. Arealene kan deles i større eller mindre enheter.

ADRESSE:

Gamle Forusvei 1
4033 Stavanger



Øgreid Eiendom AS
Verksgt. 62, 4013 Stavanger
Tlf +47 51 85 40 00
faks +47 51 85 40 95
www.ogreid.no

Cruisebyutvikleren

Det var en av disse glohete sommerdagene i slutten av juli. Luften stod stille. Det var bare så vidt at folk på uterestaurantene i Vågen registrerte at cruisebåten Lirica med 2.200 passasjerer la til ved Skagenkaaien.



Tekst: Egil Rugland
Foto: Hild Bjelland Vik/BITMAP

Det er mulig at det bare skyldtes sommerdøsen, men det kan være at et cruiseskip i Stavanger havn ikke lenger er en sommerlig begivenhet som forårsaker oppstandelse i byen. Det er jo så mange nå.

Selv cruiseutvikler Anders Bang-Andersen (56) var ikke å se langs kaikanten, men frykt ikke, han var ikke langt unna. Bare en tur rundt Hansen-hjørnet og inn på Newsman. Da er det selvsagt på

”Det som kanskje er aller viktigst i denne sammenheng er at cruiseturister har en tendens til å vende tilbake til steder etter avlagt cruisebesøk når de legger opp individuelle ferier.

sin plass å spørre cruiseorganisatoren:
- Any news, man?

Og nyheter er det mye av på cruisefronten i Stavanger-regionen for tiden. Besøket er doblet, og derfor er Bang-Andersen hektisk opptatt med mobiltelefonen. Som alltid er han elskverdig på sitt sobre stavangerske riksmål i to raskt inn-

kommende samtaler. Vi kommer tilbake til denne nye fascinasjonen for cruisetrafikk, for Bang-Andersen har ikke alltid vært å finne i cruiseartens noble verden.

HALVSTUDERT RØVER

- Jeg er en halvstudert røver, sier cruiseutvikleren.

Mange halvstuderte røvere har havnet i mediene, men ikke alle med en så kron-glete vei.

Anders Bang-Andersen kommer fra et relativt fornemt strøk i Stavanger. Det er ikke alle forunt å vokse opp i nedre del av Tordenskjoldsgaten. Der var det kort vei til lek og moro i Bokkaskogen, på Gamlingen og på den blanke isen på Mosvatnet på vinteren. Den oppvoksende slekt i dette strøket ble innrullert på Stavanger katedralskole, også kalt Kongsgård, som ble springbrett til lysende akademiske karrierer.

LIVETS SKOLE

Nå lyser det ikke så mye av Bang-Andersens akademiske karriere, men han har vært gjennom en rekke praktiske utdanningstrinn i det som kalles livets skole. Den smule akademiske utdanning kommer her:

- Jeg har en sprukken DH-bakgrunn i diverse personalfag og ett år i jus på Universitetet i Bergen, smiler Anders Bang-Andersen.

Innholdet i livets mer praktiske skole kommer her i uprioritert rekkefølge:

- Jeg har vært butikkselger hos Isach Andreassen og kokk på den gamle fjordabåten Fjordbris med kjøttkaker og ertestuing som spesialitet. Jobben som taxisjåfør gjorde at jeg fikk kunnskap om andre deler av samfunnet som var litt ukjent i Tordenskjoldsgaten, sier han.

Tre år som vikar og avløser i ambulansetjenesten på sykehuset ble avløst av jobb i trafikkavdeling på bakken i et flyselskap. Mange husker han også som



svært aktiv i Røde Kors hjelpekorps i en årrekke.

- I drosjen følte jeg meg som en fredsmegler i blant. I ambulansetjenesten fikk jeg møter med livet og døden. På samme dag kunne jeg møte et menneske som ble rammet av hjertestans, for deretter å bli avløst av hjemmefødsel, sier han.

Det er en erfaringsbakgrunn som minst skulle tilsvare en master i menneskekunnskap fra et hvilket som helst universitet, og det er vel denne menneskekunnskapen som ble basis for Anders Bang-Andersens inntreden i den lokale medie verdenen. Først to-tre år i NRK



Cruiseskip-anløpene i Stavanger er doblet i løpet av kort tid. Det skal Anders Bang-Andersen ha sin del av æren for.

”lokalen”, før han ble en av pionerene i Radio Vest.

KOMMUNAL INFORMASJONSSJEF

I 1985 ble Anders Bang-Andersen informasjonssjef i Stavanger kommune. I mars 2007 ble han kommunalt ansvarlig for utviklingen av cruisetrafikk som resultat av et spleiselag mellom kommunen og havnevesenet. Havnevesenet har påtatt seg store utviklingsutgifter.

- I jobben som informasjonssjef i kommunen har jeg lært alt om kommunikasjonsfaget fra a til å i en liten avdeling, sier Bang-Andersen.

- Det var en stor utfordring å motivere kommunale ledere til å følge med i utviklingen i medieverdenen der ute. Mye av tiden gikk med til å gi råd til hvithårede etatsjefer om hvordan de skulle takle journalister som ringte. I de siste ti årene har det etter mine begreper ikke vært støy i mediene om kommunale interne forhold. Det er et sunnhetstegn for organisasjonen. Det har vært en fryd å jobbe med sammen med kommunale ledere.

Parallelt med jobben som informasjonssjef i kommunen, har Bang-Andersen hatt bistilling som pressesjef for Hovedredningssentralen (HRS) på

Sola. Han har bygget opp en stab på opp til ti personer som trer inn etter behov når ulykker inntreffer og medietrykket tilsier det.

- Det er håndplukkede personer som kan jobbe sammen under press uten at jeg er til stede, sier han. Dette er oppgaver som aldri blir rutine. Det er klart at det kan være meget krevende å gi stemme og ansikt til ulykker på vegne av HRS på Sola. Det har også vært noen sterke møter med pårørende etter tragedier.

I de fleste tilfeller er det Anders Bang-Andersen som fronter HRS i mediene.

- Det er klart at det blir psykisk slitasje selv om vi ikke er ute i felten, men "bare" jobber i operasjonsrommet på Sola. Jeg trenger tid til å ta meg inn, jeg er ingen følelsesrobot. Jeg setter meg til med laptopen hjemme og skriver meg ut av situasjonene i noen timer før jeg sovner.

REKORDBESØK I CRUISEBESØK

Nå er hovedoppgaven til Anders Bang-Andersen å medvirke til at Stavanger blir et yndet stoppested for verdens cruiseskip. I øyeblikket er det en oppmuntrende oppgave på grunn av den sterke økningen i antall anløp.

Et besøk av ordfører Leif Johan Sevland i sommerhuset til Anders Bang-Andersen og hans danske kone Marianne Jørgensen i Skagen, er bakgrunnen for den kommunale overgangen fra informasjon til cruiseutvikling. Overgangen ble gjort gjeldende mars 2007.

- Oppgaven for meg er ikke så mye selve turistbiten, men mer hvordan vi kan få flere skip og flere gjester, og dermed mer glede av cruisetrafikken, sier Bang-Andersen. Det er viktig å være klar over at cruisetrafikk er et stadig voksende segment. Det genererer også en spennende form for turisme i en by som er sprenget for hotell- og restaurantkapasitet. Det dreier seg om besøkende som oppholder seg i byen og regionen i fem til ti timer. Hendig turisme, med andre ord.

KOMMER TILBAKE

- Det som kanskje er aller viktigst i denne sammenheng er at cruiseturister har en tendens til å vende tilbake til steder etter avlagt cruisebesøk når de legger opp individuelle ferier. På den bakgrunn er det meget tilfredsstillende å slå fast at det ikke er andre europeiske havner som har hatt maken til økning i cruisebesøk som oss.

Bang-Andersen understreker at mange års arbeid av mange gode krefter i området har lagt et godt grunnlag for at Stavanger har cruiseanløp. Men økningen er oppsiktsvekkende, og nå gjelder det å sikre at gjestene tas godt i mot.

- Reiselivsorganisasjoner og blant annet guideforeningen har i vinter jobbet meget godt for å ruste seg til årets rekordsesong. Det synes noen ganger å være underkapasitet på transport til Lysefjorden, men oppsummert går det svært greit.

Nå har det versert en del historier som muligens er mytebefengt at cruise gjester ikke alltid vet hvor de befinner seg. Men ifølge Bang-Andersen er de fleste meget klar over at de har vært i Stavanger-regionen.

- Vi har tatt stikkprøver ved å stille enkle spørsmål om oppholdet. Det er entydig positive tilbakemeldinger, blant annet fordi det er lett å ta seg fram

langs Vågen via den blå promenade. Det er eksempelvis enkelt for rullestolbrukere og folk med krykker. De skryter av Stavangers befolkning som kan gjøre seg forståelig på mange språk, og de skryter selvsagt av både fjordene og Gamle Stavanger.

VERDISKAPING

- Hva legger cruiseturistene igjen?

- Det er en del butikkeiere som påstår at de ikke tjener så mye på et besøk. Alle gjør jo ikke det. Undersøkelser fra andre steder forteller at cruiseturistene som går i land legger igjen rundt 800 – 900 kroner hver. Andre opererer med høyere tall. Men uansett betyr det at cruise-folket



- Det er min oppgave å selge inn Stavanger på strategisk nivå overfor beslutningstagerne. Det er umulig å gjøre det uten å ha alliansepartnere i ryggen, sier Anders Bang-Andersen

legger fra seg mellom 80 og 120 millioner kroner. Det må være bra tall når vi tar i betraktning at de årlige utgiftene til å skaffe anløp beløper seg til en million eller to, sier Bang-Andersen, som legger til at et vellykket cruiseopphold i Stavanger er en effektiv markedsføring av byen og regionen.

Det er ingenting som tyder på at cruise-markedet er mettet.

- Vi regner med at passasjertallet for neste år minst vil ligge på årets nivå. Det er mulig at det kan bli færre skorsteiner, men til gjengjeld vil antall passasjerer i snitt øke med 200 pr skip. For oss er det en fordel om vi kan spre anløpene. Det er bedre med jevnere trafikk med to skip på en dag enn fire. Det vil gi oss en bedre infrastrukturell mulighet.

Bang-Andersen har det uformelt fra

autoritativt hold, cruiseskip-kapteiner, at Stavanger og Ålesund er de beste havnene i Norge. Det er en posisjon som muligens vil bli ytterligere styrket. Det bygges i vinter en ny kai på 250 meter ved det kommende konserthuset. I tillegg utbedres cruiseskipenes hovedkai, slik at det i framtiden knapt blir begrensinger for hvor lange skipene er. Det bygges nå cruiseskip som kan ta opptil 5.000 passasjerer. Det vil ta noen år før de første megaskipene kommer.

I mellomtiden vil Bang-Andersen være engasjert i arbeidet med å få flere cruiseskip til Stavanger.

- Det er min oppgave å selge inn Stavanger på strategisk nivå overfor beslutningstagerne. Det er umulig å gjøre det uten å ha alliansepartnere i ryggen.

Derfor deltar Bang-Andersen blant annet på møter i to organisasjoner: Cruise Europe for å påvirke disposisjoner som skal skje nord for Middelhavet, og Cruise Norway, en nasjonal organisasjon med 35 havner som medlemmer. Han følger også med på møter i European Cruise Council hvor destinasjoner og cruiserederier møtes i Brussel med tanke på fremstøt mot besluttende myndigheter. Messedeltakelse i Miami og Hamburg er obligatorisk.

REGIONALT SAMARBEID

Bang-Andersen vil i tiden som kommer ta initiativ og invitere både kulturliv og næringsliv til et nærmere samarbeid om cruisetrafikken.

- Det er viktig å fortelle om hva vi gjør og hva vi kan gjøre sammen lokalt på dette området.

Han ønsker også et nærmere samarbeid med andre havner i Nordsjø-området.

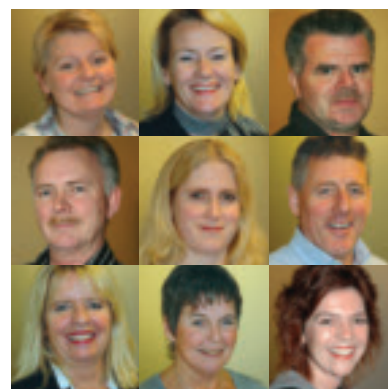
Det er mulig at de også kan lære noe av et tiltak som Stavanger muligens er alene om. Bang-Andersen i samarbeid med Stavanger Sjøfartsmuseum har invitert mannskaper fra noen cruiseskip til en byvandring med omvisning i gamle Stavanger, Hermetikkmuseet, Sjøfartsmuseet, Den blå promenade til Oljemuseet. Denne innføringen i Stavangers fortreffeligheter kan mannskapene overføre til passasjerene. Smart?

Nå har det seg slik at Anders Bang-Andersen og kone bor i Gamle Stavanger og cruiseutvikleren har full oversikt over trafikken inn i havnen, og nå i sommerseongen kan han praktisk talt telle skipene som kommer inn.

- Vet du. Da jeg bodde på Tjensvoll tok det meg 20 minutter å komme på jobben i Rådhuset. Nå når jeg bor i Gamle Stavanger, tar det meg en time og 20 minutter før jeg kommer meg på jobb, sier Anders Bang-Andersen.

Det er godt det ikke er sommer hele året.

Nøkkelen til vår fremgang er svært enkel; motiverte medarbeidere og fornøyde kunder.



■ I tillegg til over 60 lojale og motiverte medarbeidere har vi distriktets mest komplette vareutvalg innen interiørløsninger, kontormaskiner og data/kontorrekvisita.

■ Vi ble etablert som et serviceverksted i 1949 og har vært lojale mot vår opprinnelige forretningsidé i alle disse årene: best mulig service. ■ Derfor har vi egne montører, serviceteknikere og sjåfører.

■ Våre kunder skal aldri være i tvil om at vi alltid har fokus på høy kundetilfredshet.

Ta kontakt og bli bedre kjent med oss.


Magnar Eikeland
Vi skaper arbeidsglede



Oalsgate 1-2, Postboks 424, 4304 Sandnes ■ Telefon 51 67 66 00 ■ Telefaks 51 62 52 22

■ E-post: postme@magnar-eikeland.no ■ www.magnar-eikeland.no



Mange flyselskap strir med de økte drivstoffprisene. Sverre Haga tror derfor på en ny æra for de gode gamle bussturene. Dermed går han framtiden lyst i møte.

På tur med Sverre!

Haga-navnet er synonymt med busser. La oss slå fast med en eneste gang: Sverre Haga er bussgal! Kanskje ikke så rart, med de anene han kan vise til. Det var nemlig bestefaren og rutebillioneren Sverre Haga som i 1927 startet med bussrute fra Hommersand til Sandnes.



Tekst: Erik Lindboe
Foto: Hild Bjelland Vik/
BITMAP

Bussrutene er for lengst en saga blott. Haga Buss ble solgt til SOT (Stavanger og Omegn Trafikkselskap) i 1996, mens turbilvirksomheten fortsatte i HagaNor reiser. Dette var slutten på en nesten 70 år lang familietradisjon, der nær sagt hele Haga-familien hadde vært involvert gjennom flere generasjoner.

FUGL FØNIKS PÅ KJØKKENBENKEN

Men i likhet med den mytologiske fuglen Føniks: Det viste seg å være et liv etter døden. Etter et par år i HagaNor reiser fant Sverre tiden moden for å starte for seg selv. Han gikk til banken og lånte penger til egenkapital i sitt planlagte buss-selskap – med pant i boligen. Og dermed lå det meste klart for nye eventyr på landeveien, inkludert slagordet På tur med Sverre!

Et nytt busselskap – Sverre Haga A/S – gjenoppstod med Sverre Haga bokstavelig talt bak rattet. Også på eiersiden, der han har 100 prosent av aksjene.

– Jeg startet opp hjemme med kontoret så godt som på kjøkkenbenken. Første dag på den nye jobben var 1. februar 1999, så neste år feirer vi tiårsjubileum, humrer bussentusiasten.

HVER MANN SIN BUSS

I den spede begynnelsen inngikk Sverre leieavtaler med andre busselskap, og i tillegg fikk han med seg to sjåfører som eide sine egne busser. Etter en tid fikk han et godt tilbud på kjøp av en buss, et antall som etter hvert vokste til fem.

– Det endte med at sjåførene overtok disse bussene. Dette viste seg å være en virkelig god ordning, en vann-vinn-situasjon, sier Sverre Haga. – Sjåførene tar ansvar og passer på bussene sine, som er rene og ryddige. De setter sin ære i å yte god service, og utgiftene til vedlikehold reduseres. I dag disponerer bedriften 15 topp moderne busser malt i den karakteristiske burgunderrøde Haga-fargen. Gjennomsnittsalderen på bussparken er i

underkant av to år, så her er det virkelig snakk om topp kjøretøyer.

VARIERTE KJØREOPPDRAG

Sverre Haga viser til et bredt spekter kjøreoppdrag:

– Vi har en god del skolekjøring i regionen, og vi kjører også mye for "Hvite busser" til Polen. Bare nå i september skal vi ha 14 turer med norske skoleelever tur-retur Polen. Vi kjører også turer for alle cruiseanløpene i Stavanger og Kristiansand. Dette er et marked som har vokst betraktelig i det siste. En tilfeldig valgt dag i august viser en bestilling på 12 busser øremerket cruisepassasjerene. Vi har også mange faste kunder innen offentlig og privat virksomhet, sier han. Og under årets ONS bestiller firmaer busser som skal stå til deres disposisjon fra morgen til kveld hver eneste dag. Forsvaret er også en god kunde, i tillegg til eventselskapene. Videre nevnes idrettslag og dagsturer for pensjonister. Weekendturene til Ålborg og Flensburg er velkjente.

– Disse pakketurene var en betydelig del av virksomheten i gamle dager?

– Ja, denne typen turer var big business for flere busselskap landet over. Men så kom lavprisleiene og satte kjepper i hjulene. Det ble etter hvert så billig å fly at det var vanskelig å konkurrere, selv om konseptene flyreise/bussreise er totalt forskjellige. I dag ser vi at denne trenden er i ferd med å snu. Økte utgifter til drivstoff presser flyprisene i været, og for tiden er det ingen som tror at prisen på drivstoff skal gå ned igjen. Snarere tvert imot. Mange flyselskap strir med situasjonen, og utviklingen tilsier at flyprisene vil stige enda mer i tiden som kommer. Det medfører at folk kommer tilbake til bussen. Dette vil vi ta konsekvensen av, og til sommeren 2009 skal vi ha utviklet et flunkende nytt turprogram, i tillegg til de gamle taverne til Danmark og Flensburg.

KONTROLLERT VEKST

Som nevnt, Sverre Haga startet opp med to tomme hender i 1999. I dag blir de burgunderrøde bussene definitivt lagt merke til i regionen.

– Hvor store vil dere bli?

– Jeg har ikke noe ønske om at bedriften skal bli så forferdelig stor. I alle år har vi jobbet målrettet og hatt en nøye kontrollert vekst, lagt stein på stein for å komme dit vi er i dag. Dette har vært mulig takket være utrolig flotte samarbeidspartnere, ansatte og sjåfører. Målet er at vi skal ha kontroll på driften, tjene penger og ha nok til salt i grøten alle sammen. Derfor velger jeg heller å leie inn busser og sjåfører for å ta toppene, framfor å investere stort i utvidelser. En gang i fjor hadde vi 64 busser ute på veien. Det var omtrent alt som fantes på fire hjul i mils omkrets, ler han og fortsetter:

– Det er litt av kabal som skal gå opp når du skal iverksette de forskjellige oppdragene, ha oversikt over alle busser og sjåfører og hvor de er til enhver tid. Det gjelder å ha orden på sysakene, sa vi tidligere. Logistikk heter det så fint i dag, sier Sverre Haga, som selv har vært en av landeveiens riddere i en mannsalder. Han kan også røpe at omsetningen i fjor rundet 40 millioner kroner, og at han i 2008 antakelig kan plusse på fem millioner til.

KUNDEN HAR ALLTID RETT!

Sverre Haga har noen tanker om hvorfor bedriften har fått mange faste kunder:

– Service er nøkkelordet. Vi har et produkt å selge. Da må kundene våre vite at de får det de har kjøpt og betalt for. De skal kunne stole på oss, være trygge på at vi leverer varen. Derfor eksisterer ikke ordet "nei" hos oss. Dukker det opp en utfordring, så er det bare å brette opp ermene og løse den. Selvsagt kan det bli mye jobbing, men jeg er så heldig at jeg ikke opplever dette som stress. Jobben er rett og slett kjekk.

– Hvor er du og busselskapet ditt om 20 år?

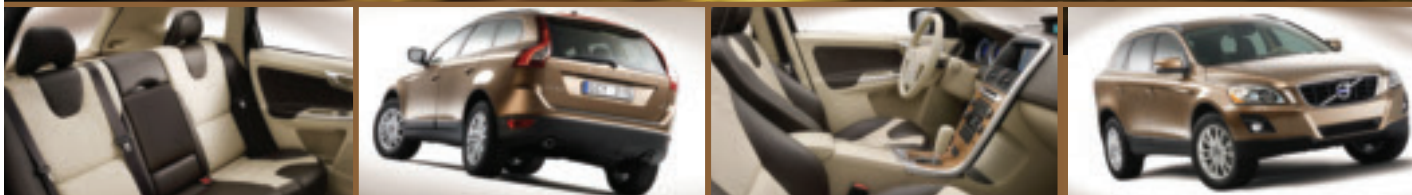
– Sverre Haga tenker seg litt om før han svarer:

– Det er aldri lett å spå om framtiden. Kanskje har et av barna våre overtatt? Jeg har allerede fått noen tilbud om å selge virksomheten, men de er blitt høflig avvist. Hva skulle jeg da gjøre? Nei, jeg får nok fortsatt holde hendene fast på rattet framover, så får vi se...

Hjemmeside: www.haga-bussreiser.no



Volvo kjøper du hos BilForum!
Nå kan du bestille din nye XC60



HELT NYE VOLVO XC60

– den sikreste og mest fantastiske Volvo noen gang!

BilForum har gleden av å introdusere nye Volvo XC60.

De lidenskapelige formene, det kraftfulle uttrykket og det høyteknologiske utstyret gjør at modellen karakteriseres som den sikreste og mest fantastiske Volvo noen gang! Du må dessverre vente til høsten med å se den med egne øyne, men da lover vi til gjengjeld å gi deg en bilopplevelse du sent vil glemme. Du kan imidlertid bestille den hos oss allerede 24. april. For jevnlig nyhetsoppdateringer, klikk deg inn på www.bilforum.no.

BilForum - det naturlige valg

STANDARDUTSTYR

- City Safety sikkerhetssystem
- Audiosystem i verdensklasse – tre nivåer
- LED-lamper bak
- Motordreven bakluke m/fjernkontroll
- Romslig bagasjerom på hele 490 liter
- Firehjulsdrift

VELG MELLOM TRE MOTORER:

- T6 med 285 hk
- D5 Turbodiesel med 185 hk
- 2.4 Turbodiesel med 163 hk

Volvo XC60 - første modell i verden med City Safety som standardutstyr!

Volvo. for life



www.bilforum.no

FORUS: MASKINVN. 1 TLF. 51 81 05 00 ÅPENT: 8.30 - 17 TIR. TIL 20 LØR. 10 - 14
BRYNE: REEVN. TLF. 51 77 16 10 ÅPENT: 9 - 16 TIR. 10 - 20 LØR. 9 - 13



Palmekysten Resor

Bestill chartertur fra Palmekysten Resor nu!!!



Helgåleiren inviterer til beach party!

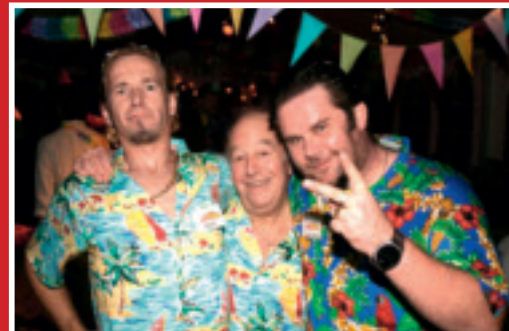
Ta på deg «sydenantrekket» og opplev Palmekysten.

Garantert fint vær og høy stemning, et bra alternativ til «julebord/vinterparty».

Det er ikke så langt til syden som du tror. Palmekysten Resor har spesialtilbud hele vinteren!



HELGÅLEIREN
OGNA



BESTILL NU!
Tlf: 51 43 82 20
www.helgaaleiren.no
hbs@helgaaleiren.no

Matfylket reiser seg igjen

Hallvard Ween var på vei til hytta på Sørlandet da telefonen ringte. Gastronomisk Institutt (GI) var konkurs! Ween tok en U-sving og kjørte hjem for å ta en ny utfordring.



Tekst: Egil Rugland
Foto: Hild Bjelland Vik/BITMAP

Tre dager etterpå, 6. juni, ble Kulinarisk Institutt (KI) stiftet med Hallvard Ween som daglig leder. Et av de første grepene var å sikre kontinuitet ved å kjøpe merkenavnet Gastronomisk Institutt for en million kroner og samtidig sikre fagfolkene for å gi selskapet et innhold.

Mange vil si at Hallvard Ween var rette person til å gå inn i den midlertidige lederrollen siden han var initiativtaker og mangeårig styreleder av Fagforum for mat og drikke.

- Fagforum for mat og drikke skulle synliggjøre og samle alle aktørene som lever av at det finnes mat. En komplett verdikjede med Gastronomisk Institutt som det kulinariske, entusiastiske og høykompetente sisteleddet, sier han.

FORFERDELIG TRIST

- Derfor var det forferdelig trist at GI gikk konkurs. Det ble et brudd med en 20-årig pionervirksomhet, som agendasatte at mat også var noe annet enn noe man ble mett av.

Men så langt har denne agendasettingen bidratt til at begrepet Matfylket Rogaland bokstavlig talt har slått rot. Merkevaren vil sannsynligvis bli styrket nå når KI er etablert, og det er ingen grunn til at vi ikke fortsatt skal glede oss over det gastronomiske nivået.

Nå er grunnlaget lagt for et institutt med det foreløpige navnet Kulinarisk Institutt. Staben vil bli på rundt ti personer mot tidligere 29.

- Vi har fått et entusiastisk ja fra åtte av de tidligere ansatte i GI. De er alle kokker med fagbrev, og vi ventet svar fra noen av de kokkefaglige som tidligere var ansatt ved GI-avdelingen i Oslo, sier Ween. I tillegg vil vi søke allianser med andre enkeltpersoner og miljøer for gjennomføring av oppdrag.

Inntil videre vil Kulinarisk Institutt

holde til i Ellen og Axel Lunds hus på Universitetet i Stavanger. Senere flytter man inn i Måltidets hus i I-park i løpet av januar.

- Vi setter stor pris på den velviljen som Universitetet i Stavanger har vist i denne vanskelige overgangsperioden, sier Hallvard Ween.

KAPITALBASE

- En svært viktig del av arbeidet nå er å skape en solid kapitalbase, sier Ween. Vi vil med det aller første gå ut med en emisjon rettet mot aktører som vil ha interesse av arbeidet med å bli det ledende kokkefaglige miljøet i Norden. Vi

”Det var forferdelig trist at GI gikk konkurs. Det ble et brudd med en 20-årig pionervirksomhet, som agendasatte at mat også var noe annet enn noe man ble mett av.

Hallvard Ween adm. dir

vil henvende oss til institusjoner og organisasjoner som ønsker og trenger denne kompetansen.

- Vi skal igjen skape en komplett verdikjede med aktører som kan bidrar med alt fra frø og fôr til kjøttproduksjon, forskning og restaurantvirksomheten. Til sammen utgjør alt dette med det vi forbinder med Matfylket. Denne verdikjeden er først komplett når den kokkefaglige spisskompetansen er på plass. KI skal være en pådriver i alle ledd, som er forut i verdikjeden. KI skal være en samling av personer som er de fremste blant kokkehåndverkere.

Allerede nå har KI oppgaver som kan illustrere noe av det som skal skje. Det

gjelder noe så trivielt som småpoteter.

- Visste du at småpoteter er på vei inn i restaurantmarkedet?

- Nei.

- Det vi i sin tid kalte for grisamad importeres for tiden i betydelige volumer. Nå er det igangsatt et prosjekt etter initiativ fra Jæren Forsøksring med mål om å skape verdier av grisamad, eller omforlatels; småpoteter. Et annet eksempel: GI skal evaluere serveringstilbudet i det nye Konserthuset i Stavanger på bakgrunn av den overraskende populariteten til restaurantdriften i nye Operaen i Oslo. Og vi har nettopp ferdigstilt skrivingen av lærebøker i kokkefaget for videregående skoler.

Og Gallamiddagen etter det storslagne Bocuse d'or Europa i sommer var made by Kulinarisk Institutt...

MÅLTIDETS HUS

Slike og lignende aktiviteter vil i fortsettelsen få gode vekstvilkår i Måltidets hus som blir åpnet i februar 2009.

- Måltidets hus blir et komplett kompetansesenter. Miljøet vil ha relasjoner til hele landet og verden. Det vil skje blant annet i et samarbeid med de store mateksportørene, Eksportutvalget for fisk, departementene og Innovasjon Norges satsing Taste of Norway. Vi regner med 40 prosent lokale prosjekter og 60 prosent nasjonale og internasjonale prosjekter.

I Måltidets Hus vil vi også finne det nasjonale Norwegian Center of Expertise – Culinology. Det har departementet bestemt...

IDEMAKEREN

Dette er en visjon som applauderes av idemakeren til Gastronomisk Institutt i januar 1988. Det var da Lauritz W. Hansen sendte et brev til Norsk hotellhøgskole med forslag om å etablere et kjøkken- og restaurantinstitutt. I dagens situasjon er det ikke rart at nåværende administrerende direktør på Skagen Brygge Hotel er i det nostalgiske hjørnet.

- Se, her er brevet! Forslaget til kursopplegg fra den gang kunne blitt kjørt



Da Gastronomisk Institutt gikk konkurs, ble Hallvard Ween tilkalt for å redde matmiljøet i Rogaland. Idemaker Lauritz W. Hansen tror på Kulinarisk institutts framtid.

om igjen i dag, sier Lauritz W. Hansen. Formålet var å etablere et restauranta-kademi, heve det gastronomiske nivået i Norge og øke forståelsen for mat og vin.

Hansen var med i Gastronomisk Institutt frem til 2004 da Stiftelsen Gastronomisk Institutt også ble et AS. – Da følte jeg at jeg hadde gjort mitt.

NASJONALT SENTER

– Det er selvfølgelig trist med skjebnen til GI, sier Hansen. – Men jeg har tro på at arvtakeren blir et nasjonalt senter med internasjonale intensjoner. Det kan bli matbransjens svar på StatoilHydro, uten

sammenligning for øvrig. Men så er mat og energi de fylkekommunale og kommunale strategiske satsingsområder, smiler Hansen.

– I denne bransjen er vi for små til å ha flere sentre. Vi må samle fagmiljøene i landet.

POLITIKERSTØTTE

Hansen setter stor pris på det politiske initiativet som ble tatt for å etablere Kulinarisk Institutt.

– Det har vært en lykke for oss at vi har politikere som har evnen til å sette mat på agendaen i regionen. Fylkespolitikere

og kommunale politikere har støttet det vi i denne regionen har vært gode til lenge – mat og energi. Jeg tror at flere politikere fikk øynene ytterligere opp for betydningen av mat som satsingsområde under Bocuse D'Or i Stavanger i sommer.

Hansen har store forventninger til Måltidets Hus.

– Det er nesten eventyrlig det som nå skjer på Ullandhaug med Måltidets hus, sier han. Det vil bety kolossalt mye for matfylket og det kulinariske nivået i vår region. Det er den perfekte illustrasjon av at det skal være et nasjonalt senter med internasjonale ambisjoner.

InnoTown – business not

Legg igjen slippet og dressen hjemme og gjør sansene klare for InnoTown!



Tekst: Harald Minge
Foto: P.O. Dybvik

Internasjonalt har Ålesund vært kjent for klippfisk og innovasjon. Cecilie With og Dag Lausund gjorde nemlig byen til åsted for den årlige innovasjonskonferansen InnoTown, og ble hyllet som helter av Møre og Romsdal. Nå flytter de imidlertid hele konferansen til Stavanger, og hjerteligheten er ikke lenger helt den samme i hjembyen.

- Reaksjonene i Ålesund var overraskende sterke, men vi hadde ikke noe valg. Infrastrukturen og fasilitetene var ikke bra nok, og dermed måtte vi se oss om etter en ny konferanseby. At valget falt på Stavanger

er naturlig. InnoTown handler om innovasjon, og Stavanger er definitivt innovasjonsbyen i Norge, sier Cecilie With. I oktober braker det løs! De to intense dagene i konserthuset i Bjergsted vil preges av foredragsholdere og deltakere fra hele verden. InnoTown er en internasjonal konferanse.

- Vi venter deltakere fra mer enn 20 nasjoner og satser på mellom 5-600 påmeldte. Valget av

Eier Dag Lausund



Deltakerne på InnoTown får beskjed om å være seg selv. Kulturinnslag er en viktig del av konferansen.

Stavanger betyr også langt bedre tilgang til fly og hotell for våre gjester. Oljebyen er dessuten en region med et ekstremt utadvendt næringsliv, hvilket trolig vil gi konferansen et ekstra løft, sier With.

EN ÅPEN REGION

Stavanger-regionen var overmoden for InnoTown, og sponsorene kom raskt på plass. SR-banks konserndirektør Thor-Christian Haugland var blant dem som raskt så mulighetene. - Vi får besøk av interessante folk utenfra med spennende kompetanse. Dessuten får vi vist fram regionen, sier han.

For InnoTown var basisfinansieringen

nødvendig.

- Vi får stadig nye bekreftelser på at valget av Stavanger var rett. Vi er overlykkelige for den entusiasmen som hersker her. Den har inspirert oss til å virkelig gjøre alle våre drømmer om en perfekt konferanse. Nå er det opp til oss, sier With, som har forelsket seg i regionens tre nøkkelbegreper som er "energisk, åpen og nyskapende".

- Det er noe med holdningen i Stavanger-regionen som tiltrekker oss. Folk er spørrende og åpne - vi merker en sterk nysgjerrighet. Det harmonerer veldig bra med intensjonen til InnoTown. Vi ønsker å bidra til at næringslivet kommer

as usual!



seg videre og ikke sovner hen på grunn av tilfredshet og metthet. Det er i gode tider det er viktigst å løfte blikket for å se framover. Vår observasjon er at disse egenskapene er typiske i Stavanger. Det er betryggende siden næringslivet i regionen må tenke nytt etter å ha vært preget av de gode oljetidene, sier Cecilie With.

BUSINESS NOT AS USUAL

Deltakerne på InnoTown vil få høre om verdien av kulturelt mangfold hos sportssmerket NIKE og om hva som rører seg i Apple-leder Steve Jobs' hode. Uten å ane noe som helst om fly, klarte Tony Fernandes å revolusjonere Asias kom-

mersielle flytrafikk med lavprisselskapet Air Asia. Han kommer til Stavanger.

- Målet er å gi næringslivet kunnskap, muligheter og innovasjonsevne. Både emosjonell og rasjonell inspirasjon er viktig. Dette er ikke et fordypningsarrangement for spesielle sektorer, vi er mer opptatt av hva veldig forskjellige bransjer kan lære av hverandre. Da Adidas skulle lage en ny basketballsko tilpasset Kobe Bryants personlighet, innledet de et samarbeid med Audi, mens Apple søkte inspirasjon og hjelp hos et sukkertøyfirma for å utvikle mac-er. Business not as usual, med andre ord, sier hun. Et slikt tanke-



Eier Cecilie With

sett er minst like viktig for tjenesteytende næringsvirksomhet og academia som for industrien.

VIL HA "WOW!"

Rammen rundt InnoTown er uformell og preget av overraskelser og kulturelle innslag. Naturlig nok har man innledet et samarbeid med, blant annet om bruk av frivillige personer i gjennomføringen av konferansen.

Målet er å få deltakerne til å senke skuldrene, slippe håret løs og komme i dialog med sidemannen.

- Vi legger ingen bånd på deltakerne og synes det er greit at de legger slippet igjen hjemme. Hvis noen vil komme i finstasen er det likevel helt ok. Poenget er at vi gir folk impulser som får dem til å si "wow!". Etterpå skal de pile tilbake på jobb og være inspirert til å skape noe nytt. På konferansen er det viktig at man løfter seg vekk fra sitt opprinnelige ståsted og utkikkspunkt, og søker inspirasjon fra andre miljøer. Vi skal gi deltakerne et kjærlig spark bak for å få dem til å løfte blikket og se mulighetene, sier Cecilie With.

>>>

INNOTOWN AS

Grunnlagt: 1999

Antall ansatte: 2

Omsetning 2007: 6 mill.

Antall deltakere på 2007 konferansen (i Ålesund): 525

Eiere: Dag Lausund, Cecilie With og Flakk Gruppen AS

Samarbeidende selskap i Stavanger-regionen: VJU AS

Hovedsamarbeidspartner: SpareBank 1 SR-Bank

FOREDRAGSHOLDERE INNOTOWN:

Sir Ken Robinson mener dagens utdannelsestusjoner kaster bort mer talent enn de makter å bevare. Kreativitet er like viktig som lese- og skriveferdighet og tallforståelse, er hans påstand.



I **Hans Roslings** nye, faktabaserte verdensbilde eksisterer ikke lenger betegnelsene i-land og u-land. Det viser de økonomiske, sosiale og miljømessige forandringstrendene som skjer i verden.



Hvordan er toppsjef Steve Jobs' tyranniske personlighet, sykelige detaljorientering og fryktstyrte ledersett forenelig med Apple's eventyrlige suksess? **Leander Kahney** har analysert hva som rører seg i Jobs sitt hode.



Helt uten erfaring med drifting av

flyselskap har **Tony Fernandes** på få år klart kunststykket å revolusjonere Asia's kommersielle flytrafikk med sitt lavprisselskap Air Asia.



Alex Steffen er ansett for å være en av verdens ledende tenkere på områdene bærekraftig miljø og teknologisk innovasjon. På InnoTown vil han komme med konkrete løsninger.



I løpet av 30-40 år er Singapore forvandlet fra ubetydelig handelsentrum til globalt knutepunkt for dynamisk innovasjon. 40,000 nye bedrifter opprettes årlig. **Dr. Lily Chan** forteller hvorfor og hvordan.



Michael Schrage sier at innovasjon ikke dreier om å ha gode, nye idéer, snarere om gode, nye idéer som kunder vil betale en godtgjørelse for å adoptere og bruke.



Tekstforfatter og med-produsent **Joel Cohen** tar InnoTowns deltakere med bak kulissene i TV-showikonet 'The Simpsons' for at de skal få et innblikk i hvilke metoder de bruker for å holde innovasjonstakten oppe – i nye 20 år.



Serie-gründer **Simon Woodroffe** har aldri stått opp om morgenen med et ønske om å bli rik. Han har derimot stått opp med én besettende tanke i hodet: Å bidra til å få noe til å skje.



Hos NIKE er det mangfold og inkludering som driver kreativitet og innovasjon. Denne bevisste satsingen er fundamentalt viktig for selskaps yteevne og suksess. Toppsjef **Gina Warren** kommer til Stavanger.



UNIKE KONTORLOKALER PÅ PIREN

12500 kvm i sjøkanten! Innflytting høsten 2010.

Flere enn 50 kontorbedrifter har valgt å etablere seg hos oss de siste tre årene, nå håper vi dere vil vurdere å gjøre det samme! Vi synes at Hinna Park er regionens mest spennende område. Vi tilbyr både dagens og fremtidens løsninger, flott arkitektur, nærhet til Gandsfjorden og andre fine uteområder. Jernbanestopp, handlesenter, treningssenter, kurs og konferansesenter like ved. Trenger man noe mer?

Hinna Park as, Jåttåvågen 10, 4020 Stavanger Telefon 51 95 73 00 www.hinna-park.no



HINNA PARK

HESBYNETT

høy serverkompetanse.

sertifiserte konsulenter.

dyktig supportapparat.



Kontakt oss for en kostnadsfri befaring. www.hesbynett.no Tlf.:51537520



UTSTEIN KLOSTER

- Kurs og konferanser
- Selskapsarrangementer
- Konserter og omvisning
- 18 rom - 27 sengeplasser
- Eget kjøkken med alle rettigheter
- Lokal mat og middelalderspesialiteter

Tlf 51 72 47 05
www.utstein-kloster.no
booking@utstein-kloster.no

Med jobben på Ryfylke-tur?
Finn snarvegen på
www.ryfylke.com/konferanse



FOTO: ESPEN BURGOS



FOTO: ESPEN BURGOS

Ryfylke har mykje spennande av kurs- og konferansetilbod, særleg om ein ønskjer noko skreddarsydd i små intime miljø.



Hjå oss kan du finne den rette plassen som gjer ditt arrangement eller din tur vellukka.

FÅ MED DEG
KONFERANSEN OM
BÅTTURISME 22. OKTOBER



FOTO: REISEMÅL RYFYLKE, HANNE SUNDØD



FOTO: REISEMÅL RYFYLKE, HANNE SUNDØD

Glad fritid i eigen båt?
Få idear på
www.ryfylke.com/båtliv

Reisemål Ryfylke as
Telefon: 51 75 95 10
www.ryfylke.com



Den som leter finner! Harald Osa jobber med å finne landets beste råvarer i Jakten på det norske måltid. 30. oktober er det klart for finale og tidenes festmiddag i Stavanger. På bildet er han sammen med Rune Bjerke, konsernsjef i DnB NOR.

Harald Osas jakt på Smaken

Harald Osa er prosjektleder for Næringsforeningens matprosjekt, Det Norske Måltid. Han er imponert over entusiasmen rundt prosjektet og mangfoldet i norsk matproduksjon. Selv røper han at det beste han vet er klippfisk og fårrikål.



Tekst: Trude Refvem Hembre
Foto: Vegard Abelsnes

Det Norske Måltid skal bidra til økt kvalitet og innovasjon i norsk matproduksjon og til økt bevissthet om kvaliteten i og stolthet over norske råvarer og norske produkter. Det Norske Måltid 2008 skal i samarbeid med kokkemesterlaugene arrangere konkurranser i alle Norges fylker for å finne og synliggjøre det beste av norske råvarer og produkter. Fylkesvinnerne går til den nasjonale fina-



av Norge

len 30. oktober i Stavanger. Det blir en storlåt middag for 600 mennesker.

- Målet er å synliggjøre lokale og regionale produkter og råvarer fra sjø og land i et marked hvor forbrukeren stadig etterspør spesial- og kvalitetsprodukter med lokal og regional opprinnelse, sier prosjektleder Harald Osa.

LOKALE JURYER

Målgruppen er alle som har norske råvarer og produkter for salg for vanlig forbruker. Det er mulig å melde på to råvarer/produkter fra hver produsent. Produktene skal kunne presenteres med samme kvalitet til den nasjonale finalen

30. oktober.

De lokale juryene består av personer med bakgrunn i fiskeri- og oppdrett, landbruk, kokkefag, reiseliv, media og markedsføring med juryleder fra det lokale kokkemesterlauget. Den nasjonale juryen ledes av kokkeverdensmester Bent Stiansen.

- Hvorfor engasjerte du deg som prosjektleder, Harald Osa?

- Grunnen er ganske enkelt den at jeg er leder av Stiftelsen Norsk Matkultur som jobber med å fremme norsk mat og matkultur. Slikt sett har Det Norske Måltid og Stiftelsen Norsk Matkultur felles visjon.

DET STORE MÅLTIDET

- Hva er gjort hittil i prosjektet, og hva skjer framover?

- Vi skal arrangere 18 konkurranser og den nasjonale finalen. Nå har vi arrangert tre konkurranser, så vi er i starten av gjennomføringsfasen av prosjektet. Hittil har det vært mye planlegging, men nå er vi i gang, og det er gøy, sier Harald Osa.

- Kan du si noe om middagen Årets Måltid, 30. oktober?

- Årets Måltid skal bli et fantastisk måltid hvor vi engasjerer noen av Norges beste kokker til å lage mat basert på råvarer og produkter fra konkurransen og hvor de som vinner finalen selvfølgelig blir i hovedfokus. Det blir en stor kveld hvor norske råvarer og norsk mat i verdensklasse skal nytes.

NØKKELEN TIL SUKSESS

Harald Osa mener suksesskriteriene handler om hvor mye synlighet man får på produsentene og hvordan man klarer å få profilert dem. Slikt sett avhenger det i stor grad av pressedekning.

- Er du imponert over kvaliteten på påmeldte råvarer og produkt?

- Ja, det må jeg si. Men jeg må si jeg er imponert over alle de nye råvarene som meldes på, og som jeg ikke har hørt om. Det er nettopp dette som er hensikten: å få fram "ukjente hemmeligheter" i det ganske land. Juryene rundt i landet får en tøff jobb med å kåre vinnerne.

- Hva har imponert deg mest til nå?

- Det var et vanskelig spørsmål. Men jeg tror det må være den entusiasmen som de enkelte fylkene har greid å få fram. Samt eierskap til regional mat og regionale mattradisjoner. Skal jeg nevne noen spesielt, må det blir Østfold som hittil er det fylket som har skapt mest blest om prosjektet. Veldig, veldig bra.

- Hva har inspirert deg mest?

- Der må jeg si litt av det samme: den entusiasmen jeg er blitt møtt med når jeg har reist rundt i landet og fortalt om prosjektet. Entusiasmen som prosjektet

har skapt rundt i hele landet, må være stikkordet, svarer Osa.

- Hva kjennetegner et godt råvare/produkt?

- Det vil være individuelt, men for meg må det smake ekte, og i det legger jeg at et jordbær skal smake jordbær, men dette vil være individuelt for hver dommer.

Råvaren og produktene har sine karakteristiske egenskaper og det finnes ikke noen fasit på hvordan en råvare skal smake. Tradisjoner, jordsmonn, klimatiske forhold, art, rase er faktorer som betyr noe for smaken, ramser Osa opp. For eksempel er gulrøtter dyrket i sandjord på Jæren ofte fantastiske i utseende og smak - sprø og delikate.

- Hva er det beste du vet?

- Min favorittrett når det gjelder kjøtt er fårikål, og på fisk er klippfisk konge. God fårikål og klippfisk, da er jeg i himmelen, svarer Osa.

- Hva betyr DNM for bransjen og for den vanlige mannen i gaten?

- Målsetningen for prosjektet er å skape synlighet for og stolthet over norsk mat. Fasiten får vi ikke før prosjektet er over, men vi ser allerede nå på den presedekningen vi har fått landet rundt at dette opptar folk og det skrives mye om prosjektet og ikke minst de gode varene som når frem i konkurransen. Vi har så utrolig mange flotte råvarer og produkter i Norge og jeg håper prosjektet både på kort og lang sikt bidrar til mer stolthet, mer lokale varer i butikkene og ikke minst at bruken av de lokale råvarene økes. Jeg tror flere spisesteder vil få øynene opp for hva lokalmarkedet har å by på og gjennom det skape mer bredde i menyene som reiselivet byr oss og tilreisende turister. Vi håper dette gjør noe med folk og framkaller stolthet over det vi produserer i dette landet.

For det er ikke småtterier.

Mestkokken Paul Bocuse fra Lyon

- faren til verdensmesterskapet i kokkekunst - Bocuse d'Or - utropte norske råvarer til å være verdens beste!

Prosjekt: Det Norske Måltid
Eier: Næringsforeningen i Stavanger-regionen

Prosjektleder: Harald Osa

Hovedsamarbeidspartner: DnBNOR

Sponsorer: Bl.a. Fiskeri- og kyst-

departementet, Landbruks- og mat-

departementet, Innovasjon Norge,

COOP, NorgesGruppen

Budsjett: 3,3 mill. NOK

Webisode: www.detnorskemaltid.no

Fransk frø ga tomats



Nataliya Kovalova viser fram piccolotomater som vokser på 12 meter lange planter fra januar til november.



Svetlana og Kåre Wiig i aktivitet i pakkeriet.

Jakten på Smaken av Norge

Under årets Gladmat-festival ble Rogalands tre vinnere kåret. I kategorien Råvare sjø gikk Marine Harvest til topps med Sterling™ oppdrettskveite.

I kategorien Produkt gikk prisen til eplemost fra Fruktmost AS som drives av Astrid og Knut Skårland på Tau.

uksess på Orre



Ekte kjærlighet gir gode tomater! Kåre Wiig driver Norges største tomatgartneri på Orre og gikk til topps.

- Tomatene mine er snop, sier Kåre Wiig på Orre. Nå håper tomatbonden på å gå helt til topps i Jakten på det norske måltid. Her forteller han om hemmeligheten bak en perfekt råvare.



Tekst: Trude Refvem Hembre
Foto: Harald Minge

Wiig Gartneri på Orre gikk nylig av med seieren i kåringen av Rogalands beste råvare. De går dermed videre til finalen i Jakten på Smaken av Norge, et prosjekt i Næringsforeningen i Stavanger-regionens regi. Den 30. oktober kåres landets beste råvarer fra alle 19 fylkene i Stavanger, og Wiig håper å være med helt til topps.

Rosenkilden besøkte Wiig-gartneri på Orre for å se og høre mer om suksessmatene. På Jæren med utsikt ut mot havet, etablerte Tore Wiig i 1937 jærens første varmhus. Nå er det sønnen Kåre som er primus motor for veksthusanlegget som bare vokser. Neste slektsledd, datter Anne og samboer Roy, er klar til å videreføre tradisjonene.

Wiig Gartneri AS har et veksthusareal på ca 45 dekar, hvorav 21,5 dekar med tomatproduksjon. I tillegg kommer 550 mål med frilandsproduksjon.

- Vi er landets største gartneri, sier Kåre Wiig i en bisetning i det han viser oss rundt på den velstelte gården. Rogaland står for 85,8 prosent av den totale tomatproduksjonen i Norge. Finnøy er største tomatkommune og Klepp er største veksthuskommunen opplyser tomatkongen.

SMAK OG KVALITET

Wiig produserer ikke de "vanlige" tomatene som de fleste andre tomatbønder, men har spesialisert seg på åtte ulike spesialtomater. Det handler om cherry, perle, plomme og andre eksotiske tomattyper. Agurker dyrkes også her.

- Felles for alle matproduktene vi dyrker er at smaken skal framheves. Vi deltar på messer og reiser rundt i verden for å fange opp nye trender og produksjonsmetoder, og for å få inspirasjon og ideer. Vi har også et godt samarbeid med kokker og grossister, sier Wiig entusiastisk.

- Hva er den beste bruken av smakstomater?

- Dette er jo snop som er fullt av næringsrike stoffer som antioksydanter. Tomatene kan brukes til det meste: I salater, som snacks, på brødsalten eller på flotte smørbrød.

PICCOLO

Piccolo betyr liten gutt og liten fløyte, og er også

navnet på den lille luksustomaten som vant Det Norske Måltids konkurranse i Rogaland i kategorien beste råvare på land.

- Det er vårt første år med produksjon og neste år har grossisten Coop bestilt dobbelt så mye. Frøet til Piccolo fikk jeg kjøpt av et fransk frøfirma og vi har enerett i Norge på dyrking av denne ene sorten, forklarer Wiig. Han opplyser at de omtrent én av hundre ganger har klaff med forsøk på nye tomat-sorter. Tomaten må ha optimale dyrkingsforhold, rett klima, rett næring og høstes til rett tid. Og ikke minst må tomatene oppbevares i riktig temperatur etter høsting.

- Vi ser at grossistene har fått bedre kompetanse på behandling av tomatene. De setter dem ikke lenger inn på en melkekjøle om natten.

HVA ER POTENSIALET FOR PICCOLO-TOMATEN?

- Min filosofi er å lage en nisje som det blir noe godt av. Det er det som er vitsen. Folk reiser mer og smaker solmodne tomater i utlandet. Hvorfor skal ikke vi også produsere gode produkter? Vi må tilpasse oss forbrukerne. Jeg er motstander av WTO for å skjerme næringen. Uten tollsatser hadde ikke den vanlige gartner greid seg. Norske bønder er opptatt av å drive miljøvennlig; vi bruker naturgass til oppvarming og benytter avgassen til bladgjødning i veksthusene, sier Kåre Wiig. Hele produksjonen er computerregulert.

- Hva er din visjon?

- Vi må bli enda bedre enn vi er i dag til å fokusere på varer som forbrukerne vil ha til en pris vi kan leve med, svarer datter Anne og far Kåre nesten samstemt.

JAKTEN PÅ SMAKEN AV NORGE

Wiig ble overrasket da han gikk til topps i konkurransen.

- Jeg ble oppfordret til å melde meg på.

Skikkelig gjildd. Det satte en ekstra inspirasjon i meg til å produsere varer som forbrukerne vil ha. Nå håper jeg vi klarer å presentere Piccolo skikkelig i finalen. Vi har ikke tatt seieren på forskudd, vi må være jordnære. Prosjektet til Næringsforeningen er spennende og jeg tror det er slike ting vi må få fram, avslutter han på skikkelig jærske dialekt.

Vi må bli enda bedre enn vi er i dag til å fokusere på varer som forbrukerne vil ha til en konkurranse-dyktig pris.



Words don't come easy to me...

Dear Mr. Right
Thank you for
the busi...

Helping the World Communicate

Now also in Stavanger! **Berlitz**®

☎ 23 00 33 60
www.berlitz.no



UT PÅ TUR?

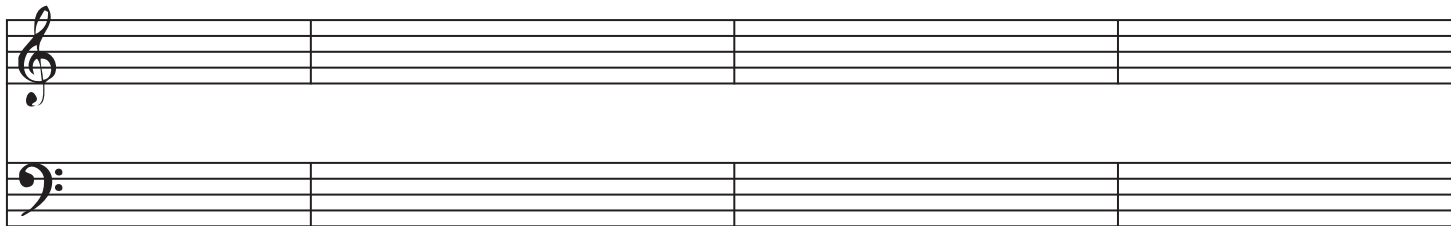
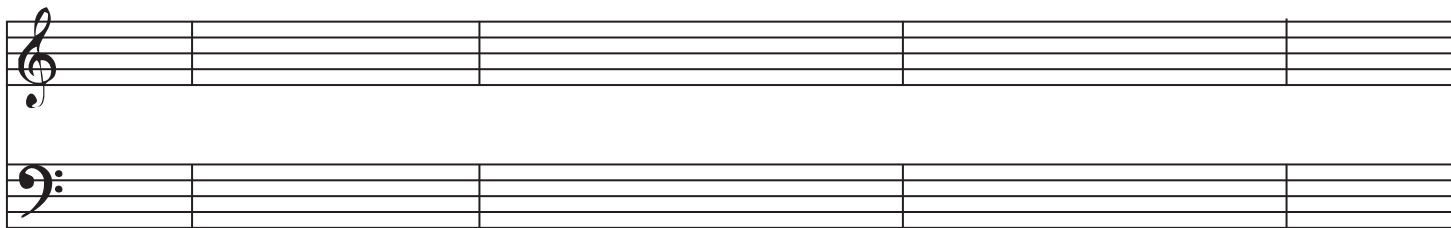
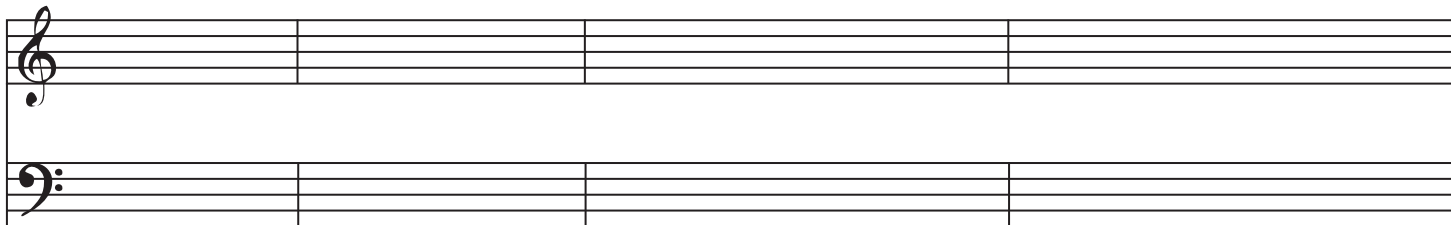
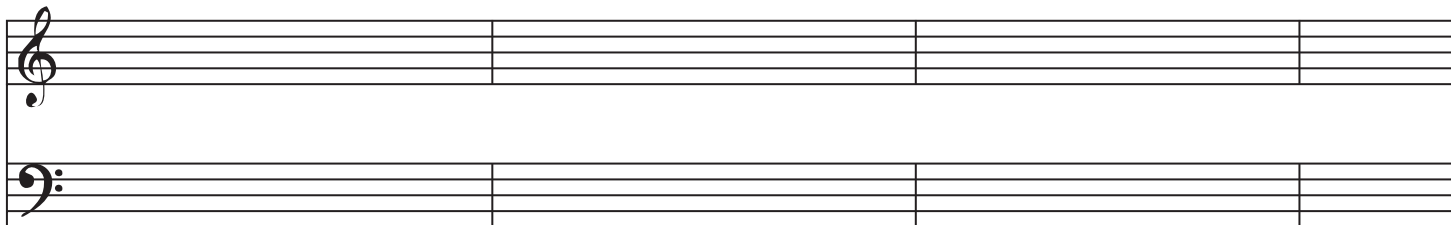
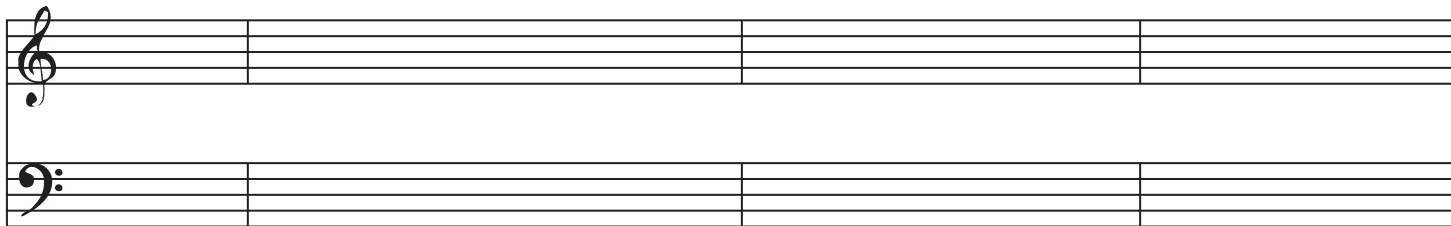
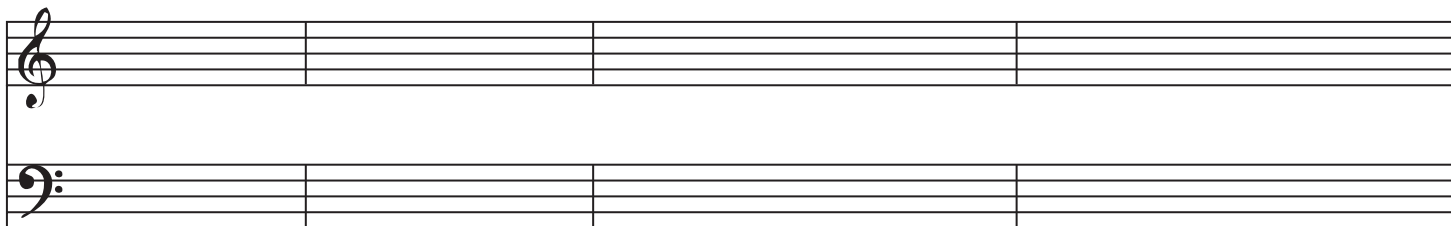
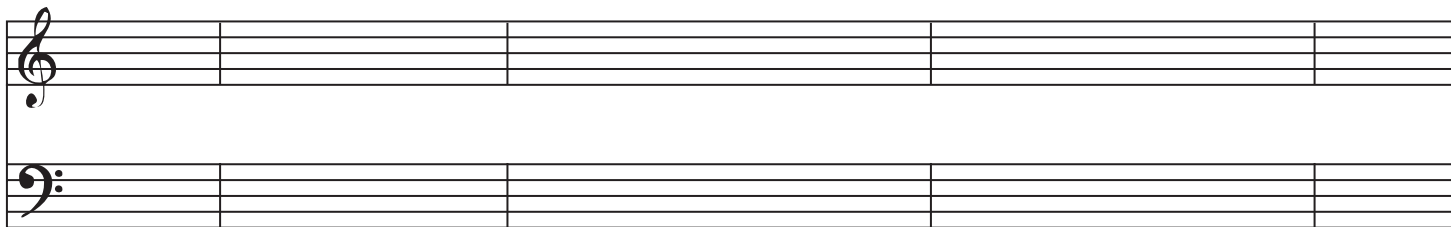
Et vellykket arrangement krever god planlegging og et effektivt gjennomføringssystem. VIA Travel Group & Meeting hjelper deg med begge deler.

I samarbeid med deg finner vi ut hva arrangementet må inneholde, og hva det bør inneholde. Vår erfaring gjør at vi kan skreddersy et opplegg tilpasset dine mål og ditt budsjett. Vi tar oss av gjennomføring fra A til Å, fra nettbasert påmelding til trygg hjemreise. Vår størrelse, nettverk og kompetanse sikrer deg de beste løsningene til de beste prisene.

Med VIA Travel Group & Meeting er du garantert et vellykket arrangement.

Kontakt nærmeste VIA-byrå, ring oss på tlf. 23 15 04 60 eller mail til meet@via.no

via travel
group & meeting



Fyll inn etter eget behov.

SSO kan spille hva som helst. Når som helst. Og hvor som helst. Vanligvis tar vi på oss fintøyet og spiller i konserthus. Men vil du se, høre og oppleve proffe musikere i en annen sammenheng, er vi klare for oppdrag. Du definerer, vi leverer. Så enkelt.

Kontakt oss på tlf 51 91 28 88. Så kommer vi for full musikk.



STAVANGER SYMFONIORKESTER

Torget – slik var det og



I nøyaktig tretti år har sjefarkitekt Turid Haaland ved Stavanger kommunes byplanavdeling vært engasjert i uterommenes funksjon og estetikk.

Når Stavangers tusenårssted nå er ferdig opparbeidet, er det lett å glemme hvordan det så ut i området for tre-fire år siden. Vi har oppmerksomheten rettet mot resultatet, og meningene er delte.



Tekst: Jan Gjerde
Foto: Hild Bjelland Vik/
BITMAP

Én ting skal vi alle være enige om: Her har byen fått muligheten til å skape et representativt og levende utelandskap midt i sentrum – et byrom som har historiske røtter, men som også må fylles med nåtidens og framtidens behov for urbane aktiviteter.

I nøyaktig tretti år har sjefarkitekt Turid Haaland ved Stavanger kommunes byplanavdeling vært engasjert i uterommenes funksjon og estetikk. Det har vært en stor utfordring å synliggjøre mulighetene både overfor kolleger, de folkevalgte

og publikum. Utallige er de avisinnlegg og presentasjoner hun har skrevet, foredrag som er holdt og de utredninger som er utarbeidet. Om noen måneder pensjonerer hun seg og kan si til seg selv: Vi har klart det. For hun understreker: Hun har ikke vært alene! Ikke minst i gjennomføringen og detaljeringen av prosjektene har det vært mange dyktige folk inne.

TRETTI ÅR PÅ BARRIKADENE

Men forfatteren av denne artikkelen vil gjerne si for egen regning: Uten Turids visjoner, engasjement og evne til å formidle mulighetene, hadde vi neppe vært der vi er nå.

- Stavanger er en av landets fem middelalderbyer, samtidig har byen vært i kontinuerlig transformasjon. Hvordan har

dette virket inn på utfordringene, spør Rosenkilden?

- Da vi startet arbeidet med det som ble Tusenårsprosjektet, la vi stor vekt på å trekke inn faggrupper som nettopp skulle gi innspill til det faktum at området ikke bare ligger sentralt i den historiske byen, men at det også er omgitt av bygninger som er "signalbygg" i byens historie: Domkirken, Kongsgård, Sjøhusrekken og patrisierhusene som Rosenkildehuset og Skagen 18. I tillegg innebærer planleggingen at vi må forholde oss til en lang rekke andre planer og prognoser for byens utvikling. Transport, f. eks. og endringer i næringsstrukturen. Men også nærheten til sjøen og mulighetene for å binde sammen "de blå og grønne dragene" fra sentrumssonen. Det er

slik ble det



disse prosessene, å forankre de konkrete løsninger i en overordnet helhet, som virkelig er krevende. Ellers vil jeg påpeke at detaljutformingen av Torget bygger på det vinnende arkitektutkastet og har vært ledet av prosjektleder, sivilingeniør Kari Smådal Turøy, sier Turid Haaland.

NÆRINGSFORENINGEN VAR MED

- Jeg har foran meg en brosjyre fra 1986 som er utgitt av Stavanger Handelsforening og Stavanger kommune i fellesskap: "Mulighetenes by, Stavanger Storsentrum". Dette arbeidet må vel ha vært det første formelle steget på veien til å tenke helhetlig om utviklingen av byen visuelt, funksjonelt og identitetsmessig?

- Jeg var ikke selv sentral i dette arbeidet. Jeg kom tilbake til Stavanger i 1978 etter 13 år med arkitekturprosjektering – og deretter undervisning ved professor Sverre Fehns institutt ved Arkitekturhøgskolen i Oslo. Som leder av planavdelingen mellom 1984 og 1992 satte jeg blant annet i gang arbeidet med verneplanene for sjøhusrekken og husrekken langs Kongsgata og utarbeidet selv reguleringsplanene for Kulturhuset, Skagen Brygge Hotell, Smedvigbygget

Slik så det ut før arbeidet med tusenårsstedet startet.



m.fl. Men tankemessig var jeg nok mest opptatt av sentrums uterom og situasjonen omkring Domkirken og Torget. På 1980-tallet gikk det 20.000 biler pr døgn i fire kjørefelt foran Domkirketrappen! På 1980-tallet presenterte jeg fire-fem visjonsrapporter, med god hjelp av den dyktige tegneren, sivilarkitekt Paal Ovrum. Uten hans vakre tegninger hadde vi neppe maktet å få fram de store mulighetene som lå i sentrum.

- Så kommer vi fram til gigantprosjektet Kommunedelplan Stavanger Sentrum 1994 – 2005, som du var leder av. Jeg har ved en anledning utropt planvedlegget Stedsanalyse Stavanger Sentrum som det beste byhistoriske kildedokumentet som er laget mellom to permer til nå, skyter intervjueren inn.

- For å komme videre med planleggingen av bl.a. uterommene, måtte vi først flytte så mange som mulig av de 20.000 bilene som daglig brukte sentrumskjernen, slik at det reelt kunne tenkes nytt her. Deretter måtte vi få på plass de forskjellige infrastrukturene i sentrums-sonen. På den tiden var sentrum oppdelt i 105 individuelle, store og små reguleringsplaner.

BILTRAFIKKEN "KVELTE" SENTRUM

Klubbgata ble landskjent som landets mest luftforurensede gate. Resultatet ble det omfattende arbeidet med E 18 - nå E39 - fra Kannik til Veksalmenningen med Bergelandstunellen, som sto ferdig i 1989. Dermed var vi 1992 klare til å ta fatt på den såkalte "helhetsplanen" eller kommunedelplanen for sentrums-sonen. Den ble enstemmig vedtatt av bystyret i 1996 og innebar blant annet at byen skulle satse på fem store byromsprojekter: "Det sentrale uterommet" med Torget og Indre Vågen, Byparken, Obsthellers plass, Jernbaneveien, Olav Vs

gate, Kiellandhagen, Videre Løkkeveien, Blå Promenade, gatebruksplaner for Nedre Blåsenborg og Grønn Korridor. I tillegg inneholder planen en rekke forslag til mindre opparbeidelser og retningslinjer og strategier for den videre byutviklingen. Deretter kom arbeidet med opplegget for arkitektkonkurransen om Tusenårsstedet, med etterfølgende gjennomføringer av reguleringsplan og gatebruksplan i årene 1998-2002.

Av hovedprosjektene er alle nå under realisering eller avsluttende planlegging (Grønn Korridor). Da jeg startet i Stavanger Kommune i 1978 trodde jeg at det skulle ta fem år å få til et representativt torg. Det tok tretti år.

- Så nå er du fornøyd, Turid?

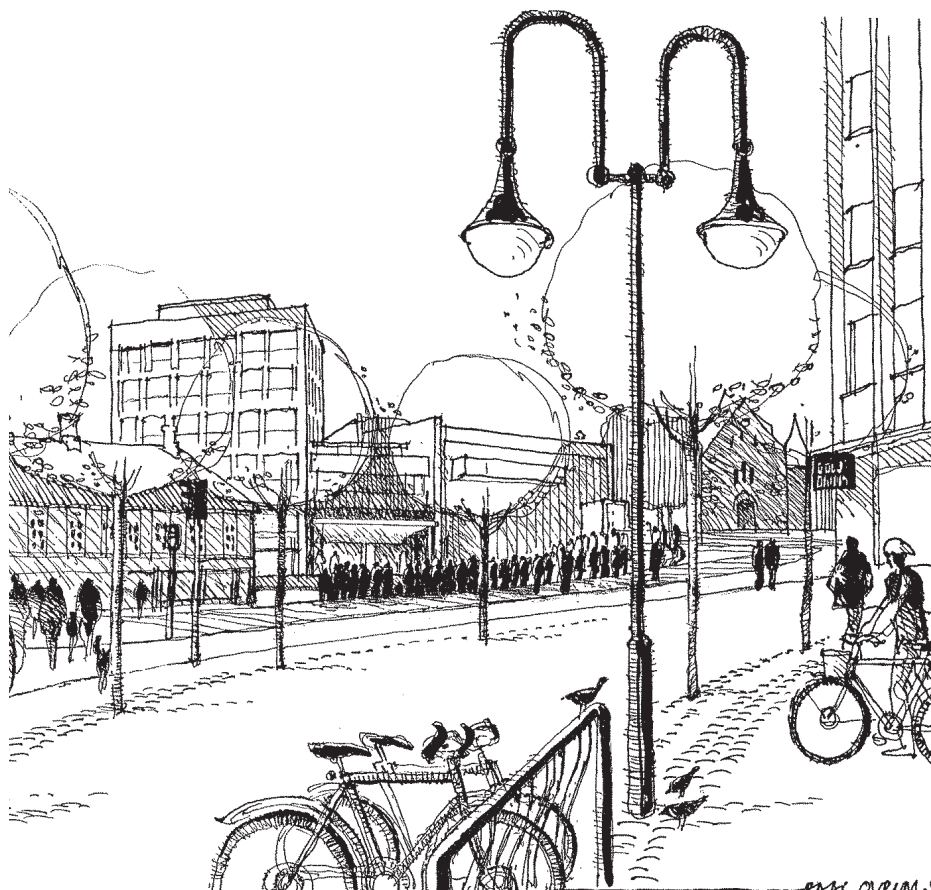
- Vi blir aldri ferdige med planlegging, vi som arbeider med byutvikling. Nye problemstillinger eller muligheter oppstår. Jeg tenker blant annet på Stavanger Stasjon, Ankerkvartalet og Nytorget. Utviklingen av kollektivtransportsystemet er et annet område. To ting utenfor sentrums-sonen opptar meg: Først Trehusbyen Stavanger etter 1950. Nå har vi fått verneplaner for trehusmiljøer utformet etter 1950 av arkitekt Eyvind Retzius på Tjensvoll og av arkitektene Ingeborg og Knut Hoem i Sandal Øst. Det andre er bevisstgjøring av bymiljøets identitetsskapende kraft. >>>

Turid Haaland, sjefarkitekt, Kultur og byutvikling i Stavanger kommune, f. i Stavanger 1941, utdannet sivilarkitekt ved NTH (NTNU) og studier i Italia, Japan og Stockholm. Egen praksis. Førsteamanuensis fra AHO. Har arbeidet med plan- og reguleringsarbeid i Stavanger kommune siden 1978.

Vi arbeider for tiden med et hefte som skal presentere deler av trehusbyens utvikling fra 1950 og fram til i dag. Dessuten planlegger vi en serie med mindre brosjyrer på norsk og engelsk som presenterer særegne arkitekturmiljøer og gir publikum informasjon om hva de kan finne i de ulike gangdragene med utgangspunkt i sentrumssonen. Brosjyren om Blå Promenade foreligger og flere kommer.

Stavanger by er etter 1990 tildelt både Bymiljøprisen og Vakre Vegers pris to ganger hver. Det jeg ikke er fornøyd med er at Stavanger ennå ikke har fått den store Statens Byggeskikkpris som har vært tildelt årlig i over 25 år nå. Både Sandnes og Bryne har fått denne prisen tidligere. Det snakkes ellers så mye om Signalbygg på Nord-Jæren for tiden, og da tenker de fleste på høye bygg. Men se på den nye operaen i Oslo! Det er et lavt bygg, avslutter Turid.

Rosenkilden gratulerer Turid Haaland med "mission accomplished" og takker for hennes innsats for byen. Og så gleder det oss å høre at hun ikke skal legge inn årene fordi om hun planlegger å pensjonere seg i løpet av året. Hun ser fram til fortsatt å kunne bli brukt som arkitekt og rådgiver i relevante sammenhenger.



Sivilarkitekt Paal Ovrum bidro med spesielle og vakre tegninger under utredningene og visjonsdiskusjonene på 80-tallet.

RELOAD

Spennende og annerledes ferieopplevelser

spa & thalasso | naturisme | fot & sykkelturner | golf | mat & vinopplevelser
storby | fotballreiser | gruppereiser eller ferien du til nå bare har drømt om

Lars Hertervigsgate 3, postboks 427, 4002 Stavanger, Norway, t 51 52 71 40, f 51 53 24 30, vidy@vidyreiser.no, www.vidyreiser.no

reiser

Din lokale kompetansepartner: Revisjon. Virksomhetsutvikling. Internkontroll. Skatt og avgift.*

PricewaterhouseCoopers, Pb 1508, 5505 Haugesund
PricewaterhouseCoopers, Pb 8017, 4068 Stavanger
www.pwc.no - 02316

*connectedthinking

PRICEWATERHOUSECOOPERS

Seminarer - sjekk "seminarpakker"
Utflukter - sjekk "kart"
Blåturer - kveldsarrangement - sjekk "meny"
Julebord - (kan nå tilbys med overnatting)
Fritid - sjekk "omgivelser"
Bryllup - sjekk "selskapslokaler"
Konfirmasjoner
Fødselsdager

30 minutter fra Stavanger sentrum.
Midt i Ryfylkebassenget.
26 doble rom - i topp standard
leiligheter eller rene hotellrom.
Hotellet ligger i indre havn
i Østhusvik

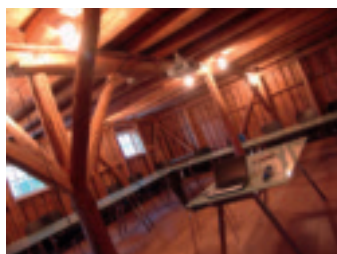


FJORDBRIS HOTELL
ØSTHUSVIK



SENTRALT, SÆREGET og MIDT I RYFYLKE
www.fjordbris.no - Ring 90 87 67 07

Konferanserom



Selskapslokaler



Historikk



Komfort



Møtemeny med mangfold og mening

Næringsforeningen presenterer aktivitetsplanen for høsten i dette nummeret av Rosenkilden. Vi legger opp til en aktiv høst med en mangfoldig flora av møter og arrangementer i og utenfor Rosenkildehuset.

Administrerende direktør Jostein Soland håper og tror at medlemmer, media og andre engasjerte vil finne ting av nytte og interesse i møteplanen.

- Næringsforeningen har et høyt ambisjonsnivå for den møte- og seminarvirksomheten vi driver. Målet er å gi medlemmene våre et tilbud som oppleves som matnyttig, aktuelt og motiverende. Derfor utgjør innspillene fra medlemmene/ressursgruppene det viktigste grunnlaget når vi setter sammen aktivitetsplanen. Som næringsforening har vi tillegg ambisjoner om å sette dagsorden, og å være en konstruktivt kritisk motoffentlighet i den næringspolitiske debatten. Målet er at loftet i Rosenkildehuset skal fremstå som en av de viktigste debattarenaene i regionen, sier Jostein Soland.

Den komplette aktivitetsplanen med foredragsholdere og annen informasjon er vedlagt denne utgaven av Rosenkilden, og ligger i tillegg ute på hjemmesidene våre hvor den oppdateres kontinuerlig (www.stavanger-chamber.no). Her er noen smakebiter fra høstens program:

Rogaland på børser. Investorseminar i samarbeid med DnB Nor Markets. Her vil 18 spennende børsnoterte selskaper med base i Rogaland presentere seg. (Clarion hotell, 1. september 1000-1550).

Hva vil en ny president bety for USA og resten av verden? Diskutér høstens presidentvalg med USAs ambassadør i Norge. (UiS, Kjell Arholms hus, 2. september kl. 1600-1800).

SMB-konferansen. Fokus på ledelse, markedsføring og nyskaping. Spennende foredragsholdere og velsmakende kulturelt kveldsarrangement. (Rosenkildehuset og Vertshuset Utstein Kloster, 30. september).

Innsidehandel. En gjennomgang av lowerket knyttet til markedsmanipulasjon ved en representant fra Oslo Børs (Rosenkildehuset, 11. september).

Hvordan få mest mulig ut av reklamebudsjettet? Konkurransen om markedsføringsbudsjettet ditt hardner til. Hvordan få mest mulig ut av kronene?



En travel møtehøst venter staben i Næringsforeningen i Stavanger-regionen. Bak fra venstre: Siri Forgaard, Roald Bergsaker, Rachel Ketelaars, Elianne Strøm, Tone Haddeland, Frode Berge, Inger Tone Ødegård, Helge Gunnar Nesse og Harald Minge. Foran: Jostein Soland, Guro Andersen, Marit Sørås og Trude Refvem Hemre. Foto: Hild Bjelland Vik/BITMAP

(Rosenkildehuset, 19. september kl. 1100-1300).

Samling på Jæren. Rogaland anno 2008: Et pulserende, ambisiøst næringsliv og et kommunekart fra 1960-tallet. Går dette i hop? (Rosenkildehuset, 13. oktober kl. 1800-2030).

Møt kunden med fantastisk teknologi! Bli en attraksjon for kunder og ansatte ved hjelp av interaktivitet og design. Få innblikk i fremtidens merkevarebygging. (Rosenkildehuset, 4. november kl. 1900-2130).

Hvordan rekruttere og integrere utenlandsk arbeidskraft? Bredt anlagt heldagsseminar, med deltakelse fra bla.

NAV, LO og NHO. Sola Airport hotell, 6. november).

Logistikkdagen 2008. Hvordan sikre en infrastruktur for fremtiden i Rogaland. Heldagsseminar (6. november).

Næringstreffet 08. Denne gang med hovedfokus på kompetanse. Hvordan sikre oss de kloke hodene og flinke hendene? Hovedforedragsholder: Tora Aasland, minisiter for høyere utdanning og forskning. Heldagsseminar (Residence hotell, Sandnes, 13. november).

Velkommen til en spennende møtehøst!

Tekst: Frode Berge

Møter i Næringsforeningen september og oktober 2008

01.09.08

Rogaland på Børs Clarion Hotel Stavanger

Kl. 10:00 - Kl. 15:50

Årets investorseminar, hvor 18 børs-noterte selskaper med base i Rogaland vil presentere seg. Åpning ved Rune Bjerke, konsernsjef DnB NOR. Det vil være utdeling av DnB NORs Innovasjonspris 2008 (innenfor hvilket område?)

02.09.08

USA-ambassadør Benson K. Whitney om presidentvalget: US-ELECTION, the road ahead

UiS, Kjell Arholms hus, Auditorium Ø
130 Kl. 16:00 - Kl. 18:00

Spenningen er stor foran høstens presidentvalg, både internt i USA og i verden for øvrig. Vi har invitert USAs ambassadør i Norge, Benson K. Whitney, til å dele sine kunnskaper og erfaringer om valget i USA. Han vil ha synspunkter på hva omverdenen vil oppleve av endringer om det blir en demokrat eller en ny republikaner som får plassen i Det Hvite Hus.

Vi inviterer studenter, politikere og næringslivet til møtet. Besøket er et samarbeid mellom Næringsforeningen i Stavanger-regionen, Universitetet i Stavanger og American Chamber of Commerce

05.09.08

Slik holder du de ansatte i form!

Rosenkildehuset
Kl. 11:00 - Kl. 13:00

Stadig flere bedriftsledere har forstått at arbeidsgiveren spiller en viktig rolle når det gjelder de ansattes helse og trivsel. På dette møtet vil representanter for den fremste lokale ekspertisen dele sine erfaringer. Neste år er det kanskje de ansatte i din bedrift som sykler Nordsjørittet!

08.09.08

Skurvemøtet

Rogaland Jægerklubb sine lokaler på Skurve Kl. 09:30 - Kl. 12:30

Skurve industriområde er et nytt og stort næringsområde som vil spille en viktig rolle i den fremtidige næringsut-

viklingen på Jæren. Den 8. september arrangeres det som blir det første Skurvemøtet, lagt opp over samme lest som Forummøtet. Som dere ser av programmet nedenfor, vil det bli foretatt en grundig gjennomgang av status og utviklingsmuligheter for industrien i dette området.

11.09.08

Innsidehandel

Rosenkildehuset Kl. 11:00 - Kl. 12:30

Foredragsholder(e) fra Oslo Børs. Se vår hjemmeside for mer informasjon om møtet.

19.09.08

Hvordan få mest ut av reklamebudsjettet?

Rosenkildehuset Kl. 11:00 - Kl. 13:00

Kampen om oppmerksomheten hardner til, og stadig flere kanaler kjemper om markedsføringsbudsjettet ditt. Hva skal du velge for å få mest mulig tilbake? Papiravis, internett eller begge deler?

24.09.08

LYS

Rosenkildehuset Kl. 11:00 - Kl. 13:00

Stavanger best på lys – inspirasjonsseminar

Lys til hverdag og fest: Fasade belysning, julebelysning, trygghet gjennom belysning. Muligheter gjennom god lysdesign. Valg av riktig lysteknikk.

Foredragsholdere:

Karl Jan Søyland, daglig leder i Stavanger Sentrum AS (STAS), Geir Gjesteland, produktsjef belysning i Lyse Infra AS, Turid Åsen Olsgård, daglig leder i Turao.

26.09.08

Gir Rogalederen et konkurransefortrinn?

Rosenkildehuset Kl. 11:00 - Kl. 12:30

Hvor mye betyr lederen for en bedrifts konkurranseevne? I hvilken grad er god ledelse et fortrinn for en bedrift, og hvor mye skade gjør dårlige ledere? Finnes det noen spesielle særtrekk ved utøvelsen av ledelse i Rogaland, og hva kjennetegner i så fall Rogalederen? Foredragsholder er Øivind Bjørnson

ved Bjørnson Organisasjonspsykologer.

30.09.08

Ledelse, markedsføring og arbeids- glede – Velkommen til SMB-konfe- ransen 2008

Rosenkildehuset og Utstein Kloster
Hotell Kl. 12:00 - Kl. 22:00

SMB konferansen er en inspirerende og matnyttig konferanse for ledere og nøkkelpersoner i små og mellomstore bedrifter. Vi har ett mål for øye – å bidra til at du som leder får faglige innspill og inspirasjon til å lykkes enda bedre i din virksomhet. I år vil vi ha et særskilt fokus på ledelse, markedsføring og nyttige råd og tips til alle som driver små og mellomstore virksomheter.

02.10.2008

"Alle har en Elling i seg"

Rosenkildehuset Kl. 11:00 - Kl. 15:00

Her tar vi "Elling" på alvor og ser på hvilken ressurs han/hun er for arbeidstakere og bedrift. PROGRAM

1100-1200	Registrering og lunsj
1200-1230	Kan svakheter gi styrke? Myter, lignelser & bunnlinjen Thomas Kjos-Kendall, Teolog, terapeut og coach

230-1240	Spørsmål og diskusjon
----------	-----------------------

1240-1350	"Noen er litt mer Elling enn andre" Petter Næss regissør Ellingfilmene
-----------	--

1350-1400	Spørsmål og diskusjon
-----------	-----------------------

07.10.2008

Eierskap på godt og vondt!

Rosenkildehuset Kl. 18:00 - Kl. 21:00

Hvordan dele på eierskapet hvis du må ta inn andre? Firmaet trenger flere ressurser- kanskje både penger og kompetanse! Seminaret er ment til å bevisstgjøre og gi nyttige råd i forbindelse med rollefordelinger, avtaler og andre avklaringer, og det vil bli gitt en case presentasjon.



Bjørn Kvalsvik Nicolaysen

Bjørn Kvalsvik Nicolaysen har arbeidd ved Universitetet i Bergen og Université March Bloch i Strasbourg. Han arbeidde 1996-98 med kunst- og kulturfomidling ved HiS og har vore professor i lesevitenskap ved Universitetet i Stavanger (tidl. HiS) sidan 2002. M.a. leiar for mastergradsprogrammet i lesevitenskap og Literacy Studies.

Språk, kunnskap, samfunn

”Språk er makt” vart eit slagord på 70-talet, frå tittelen på ei bok av psykologen Rolv Mikkjel Blakar (1973). Spørsmålet er om boka gjorde mest nytte eller skade for språkpolitikken på sikt. Merksemda om institusjonar, styringsverk, marknad og medvitne politiske val svann til fordel for førestellingar om at det i språket sjølv budde ei kraft som alle var underlagt, og som regulerte tenkinga gjennom setje igjennom meiningssdefinisjonar i dei mange hovud.

Ein nytte av perspektivet var fokuset på det vi i dag kallar ”kjønna” språk, omtalen av tilvande skilnader mellom kvinner og menn i yrkesliv og kvardagsliv. Problemet var likevel at mellom personleg manipulasjon av språket og den upersonlege kollektive makta som tok over tenkinga til folk, vart det ikkje plass til stort anna enn å rette opp eller fjerne feilaktige symboluttrykk. Slik symbolpolitikk kom saman med kulturvern-tiltak mot endringsprosessar utanfrå, særleg engelsk språk.

Kombinasjonen av symbolpolitikk og språkleg kulturvern er nyss brått rehabilitert og framstilt som ny språkpolitikk av Kulturdepartementet, i Stortingsmelding nr. 35 (2007-2008), Mål og meining. Undertittelen lovar Ein heilskapleg norsk språkpolitikk. Men dette er den mest fragmenterte, uheile kulturpolitiske satsinga som har vore lagt fram sidan moderne norsk kulturpolitikk fekk starten med ”ungdomsmeldinga” i 1948. Inntrykket av lappeteppe-politikk styrkjest ved at det er liten samanheng mellom denne meldinga og språkmeldinga frå kunnskapsministeren, St. meld. nr. 23 (2007-2008), Språk bygger broer. Språkstimulering og språkopplæring for barn, unge og voksne.

Regjeringa presenterer politikkområdet som eit felt av ulike interesser som må harmonerast, samstundes som ein skal stimulere til språkvern og mange utviklingsprosjekt. Det blir lova ut pengar til mange hald, og varsla ei lang rad utgreiingar frå mange ulike kantar. Derimot har ein overraskande gått forbi mykje erfarings- og forskingsmateriale som ligg føre frå Noreg og andre nordiske land, om utfordringar for nasjonalspråka, endringar i kommunikasjonsformene i samfunnet, dokumentforvaltning, tekstproduksjon og -distribusjon og anna.

Problemet med å knytte makt-omgrepet til meiningsskapinga i samfunnet, altså definisjonar og symbolske storleikar, er at

ein gløymer ei anna forståing av makt, nemleg det å få noko til å skje – på ein måte som makthavarar har nytte av. Og heilt annleis enn nokon utgreiingar med basis i teori frå 70- til 90-tal har føresett, er no kommunikasjon ikkje berre ein faktor, men ei praktisk bevegande makt. Språkmeldingane ser bort frå dette perspektivet, ja, ser bort frå næringslivet som språkskapingsområde.

Rett nok nemnest at engelsk er blitt vanlegare i næringslivet og at Statoil har gått bort frå tospråkspolitikken, men utan forståing av kva det vil seie. Nemleg at alle underleverandørar, kontrehentar, transport- og spedisjonsfirma, konsulentar, juristar, grafisk industri, reklamebransjen, restauratørar, hotell og alt anna som er avhengig av oljeverksemda, vert meir og meir orientert mot engelsk. Og det inneber ikkje berre noko ytre språkleg lag utanpå praksisane, men også bindingar mot for oss framand juss og logikk – amerikanske reglar om medverknad og medansvar, til dømes, der det å ikkje opplyse og ikkje vite om kva som skjer, kan bli rekna som eit vern for ei verksemd eller den einskilde.

Når språkmeldingane ikkje ein gong prøver å regulere makt forlaga har teke seg til å kunne definere språknormer og lage sin eigen skulepolitikk gjennom lærebøkene, kjem det av at vi her står overfor inntengde, gammalmodige omgrep om kultur og språkbruk. Her trengst det renovering, ei nytenking om næringslivet som aktørar i norsk kultur. Staten bør, ja må ha ei aktiv rolle i å lage nye perspektiv. I eit land der 95% av alle verksemdar har under 10 tilsette, må ein ha instansar som samlar og fokuserer. Men denne gongen gjekk sjansen tapt. Ingen nye grep er skapte i dette politikkområdet. Det må prøvast igjen, di før di heller.



www.kingsystems.no

KingSystems er en lokal ekspertisebedrift innen IT. Vi leverer IT-tjenester til små og mellomstore bedrifter i Rogaland. For våre kunder er en problemfri IT-hverdag et krav vi oppfyller!

Vi tar totalansvar for din bedrifts IT-systemer slik at dere står fritt til å fokusere på egne ekspertiseområder.

For små og mellomstore bedrifter er stabilitet og backup av data viktig. Med citrixløsninger fra KS blir alle dine data bevart trygt. Brukerne kan benytte systemet til enhver tid uansett hvor de befinner seg i verden.

ASP, Sikkerhet, Citrix, Vmware, Drift, Bredbånd | **KING SYSTEMS** Vi leverer kongesystemer!

NESTE ARRANGEMENT - HOTEL ULLENSVANG!



Ta kontakt med salgskontoret vårt i Stavanger på tlf **46 87 72 48** eller e-post **tnaglestad@hotel-ullensvang.no** • **www.hotel-ullensvang.no**

Idylliske omgivelser og tøffe aktiviteter innandørs.
Helg eller møter. Velkomen!



**MASSASJE, SQUASH
BOLEBAD
LEIKEROM**



Foto: StatoilHydro, Øyvind Hagen

Pöyry PLC er et globalt konsulent- og ingeniørselskap. Årsomsetningen er cirka €800 millioner og konsernet har 7 900 medarbeidere i 47 land.

Pöyry Energy AS har hovedkontor i Stavanger, avdelingskontor i Sarpsborg, og etablerer seg nå i Bergen. Vi leverer prosesskompetanse og tverrfaglige forstudier til operatørselskapene på norsk sokkel både innenfor utvikling av nye anlegg og drift av eksisterende anlegg.

Pöyry Energy AS, Vassbotnen 19, 4033 Forus, Tel.: 51 81 98 30



Competence. Service. Solutions.

www.poyryenergy.no

På tokt med skoleski

Folk flest i regionen har hørt om M/S Gann. Men visste du at dette er landets største skoleskip, og at vi snakker om en offentlig godkjent videregående skole innen maritime disipliner? Og at skolen feirer 60 år neste år?



Tekst: Erik Lindboe
Foto: Hild Bjelland Vik/
BITMAP

Skoleskipet Gann, eller Rogaland Sjøaspirantskole som er skolens offisielle navn i dag, er en offentlig godkjent og kristen privat videregående skole. Den drives etter de samme fagplanene som enhver annen videregående skole her på berget, inkludert eksamensordninger, rettigheter og plikter. Totalt har Gann 105 elever av begge kjønn. De kommer fra hele landet, og ikke nok med det: Ungdommen står i kø for å få plass ved skolen. Til siste opptak søkte hele 485 ungdommer til de 105 ledige plassene! I dag har sjøaspirantskolen 45 elever på VG1 TIP – Teknikk og industriell produksjon (tidligere kalt grunnkurs mekaniske fag), og 60 elever på andre året, VG2 – Maritime fag.

– Etter det første året på VG1 kan elevene våre velge 2. året på en hvilken som helst videregående skole i landet, forklarer assisterende rektor Per Inge Veggeland.

– Men langt de fleste fortsetter hos oss også andre året, før de deretter får læreplass i et rederi.

ELEVENE ER AMBASSADØRER

Per Inge Veggeland skryter gjerne av både skolen og elevene: – Vi ville ikke hatt så mange søkere dersom ikke nåværende og tidligere elever hadde vært gode ambassadører for Gann. Slik sett er nettopp skipet vårt et av våre sterkeste pré. Det er også svært gledelig at alle våre 60 elever fra VG2 har fått læreplass i ulike rederier landet over. De maritime næringene skriker praktisk talt etter lærlinger, og lærlingplassering og oppfølging av læreforholdene håndteres av Maritimt Opplæringskontor i Haugesund. La oss i samme åndedrag føye til at slike opplæringskontorer etter hvert er blitt ganske vanlige for ulike fagområder. I for eksempel Næringslivets Opplæringshus



Elevene er her i sving med brannøvelse på M/S Gann. Foto: M/S Gann

på Forus er flere kontorer for ulike fag samlokalisert. Dessuten uttaler rederiene at de sparer minst et halvt års opplæring når lærlingene kommer fra et skoleskip. Her har elevene allerede fått med seg en rekke kunnskaper på ymse felt. For eksempel det å innordne seg livet om bord på en båt – de har nemlig fast innkvartering på lugar, de deltar aktivt i ordinære vaktjenester, kjøkkentjenester og vedlikehold. Med andre ord: De får skipets liv og rutiner inn i blodet fra første dag av.

– Er det et krav at elevene bor om bord i skipet?

– Det er det. Bortsett fra i helgene. Etter kl. 15.00 fredag ettermiddag kan elevene reise hjem. Det er det mange som gjør, dersom de ikke har for lang reisetid. Naturlig nok velger elever fra andre landsdeler å bo ombord store deler av skoleåret. Men elevene er ikke overlatt til seg selv. Vi har voksne tilsynsvakter døgnet rundt.

PÅ TOKT

M/S Gann har base på Tømmerodden i Bangarvågen mellom Buøy og Hundvåg. Skipet er sertifisert for 399 passasjerer. Selv om skoleskipet har 105 elever og

40 ansatte, er det fortsatt mange ledige lugarer til skipets årlige ferieturer langs norskekysten. Cruisene til Nordkapp hver sommer gir også kjærkomne inntekter til skolen. Bare i år har 660 passasjerer vært med til Nordkapp. I tillegg kan bedrifter og lag leie skipet for en eller flere dager.

Hver høst legger M/S Gann ut på et rekrutteringstokt langs kysten, fra Egersund i sør til Ålesund i nord.

– Om bord har vi med oss rederinæringen som presenterer næringen på egen stand. Vi har også hatt med oss Forsvaret, som også har behov for velkvalifiserte ungdommer om bord på sine skip. En primær målgruppe på dette toktet er ungdomsskoleelever. Disse inviteres om bord for å få vite mer om denne opplæringen, få se skipet og prate med dagens elever og lærere.

KRONER OG ØRE

Assisterende rektor, Per Inge Veggeland, legger ikke skjul på at det jobbes iherdig for å få hjulene til å gå rundt rent økonomisk. Når det gjelder den rene skoledriften, så får skolen de samme offentlige tilskudd som andre private videregående skoler. Det betyr at staten dekker 85 prosent av godkjent budsjett. I tillegg har

pet Gann



Ungdommen står i kø for å få plass på skoleskipet Gann. Rektor Per Inge Veggeland forteller at det ved siste opptak ble registrert hele 485 søkere til de 105 ledige plassene!

Rogaland fylkeskommune ytt tilskudd til skolen.

- Vi har hatt et meget bra samarbeid med fylkeskommunen, understreker Per Inge Veggeland. - Resten av de økonomiske midlene må vi skaffe selv, og det er ikke så rent lite. Dagens M/S Gann (ex. hurtigruteskipet Narvik) ble overtatt i fjor til den nette sum av 62 millioner kroner. Dette er et stort skip, og vi må naturlig nok rette oss etter sjøfartsmyndighetenes regelverk om økt bemanning og sikkerhet. Det koster å holde båten i god og forskriftsmessig stand, så det er ikke til å komme forbi at økonomien er en utfordring. Heldigvis har vi fått god draghjelp fra de maritime næringene og SpareBank1 SR-bank til finansiering og nødvendige ombyggingsarbeider.

FRAMTIDSUTSIKTER

Per Inge Veggeland har klokkertro på

framtiden: - Dette er en annerledes skole, og nettopp det er med på å gjøre jobb og innhold så spennende. Pr. i dag er vi inne i en meget positiv utvikling. Vi føler vi har både fylkeskommunen og byen på vår side, vi føler oss verdsatt i skolemiljø og i næringen. Selv om vi stadig har økonomien på agendaen, så mener vi at horisonten ser lys ut.

HISTORIEN

24. januar 1947 var en del menn samlet i kaptein Claus M. Høies hjem i Stavanger og stiftet Unge Sjømenns Kristelige Forening. Her kom det fram forslag om å anskaffe et skoleskip til utdanning av førstereisgutter. Det var kaptein Høie som tok initiativet til dette, og hans visjon gikk ut på at en skulle nytte et maskindrevet fartøy for å gi unge gutter et godt grunnlag for sitt yrke på kristelig grunn.

Som sagt, så gjort. Vinteren 1949/50

kom det første kurset i gang, da i samarbeid med Brandbåtane i Sykkylven. I 1951 gikk Unge Sjømenns Kristelige Forening til innkjøp av den første Gann, ex Sandnes, som var bygget som natttruteskip ved Stavanger Støberi & Dok i 1903 for Sandnæs Dampskibs Aktieselskab.

Opp gjennom årene ble skipene skiftet ut etter behov. De som har noen år på baken husker kanskje den nydelige amerikanske lystyachten som var skolens stolthet fra 1961 til langt opp på 70-tallet, da M/S Vikingfjord – d.v.s. det grønne malte natttruteskipet M/S Sandnes overtok. Det nåværende skoleskipet, ex hurtigruta Narvik, ble overtatt direkte fra hurtigrutedrift 21. februar 2007. Siden starten i 1949 har rundt 13.000 ungdommer startet sin maritime karriere på skoleskipet Gann.

Les mer her: www.gann.no



VELKOMMEN TIL SMB-KONFERANSEN

30. SEPTEMBER 2008

Skille klinten fra hveten

I år vil vi ha et særskilt fokus på ledelse, markedsføring og nyttige råd og tips til alle som driver små og mellomstore virksomheter.

På konferansen i Rosenkildehuset vil dere høre:

Inger Rosenfeld: Fra halvblind ku på Ås til ost for kresne ganer i New York og Paris

Mesterkokken Harald Osa: Stolthet over norske råvarer

Øivind Paust-Andersen: Humor og arbeidsglede

Terje Handeland: Tips og råd til bedrifter i oppstartsfasen

Christian Fredrik Magnus: Skattefrie frynsegoder

Unik

Kveldsarrangement:

Med Riskafjord til Utstein Kloster Hotel

Konferansier: Tor Øyvind Skeiseid

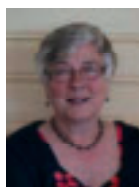
Særpreg

For mer informasjon og påmelding:

www.stavanger-chamber.no

Arbeidsglede

Det lille ekstra



Ekte



TVP Mediasenter as

- Din profesjonelle samarbeidspartner innen filmproduksjon

VI PRODUSERER:

- reklamefilmer
- bedriftspresentasjoner
- dokumentarfilmer
- undervisningsfilmer
- TV-filmer
- nyheter (for TV2 i Rogaland)

Kontakt Dan Bostrøm 958 72 606
eller Kristoffer Danielsen 909 59 323
For en uforpliktende samtale.



TVP Mediasenter as

Lagårdsveien 73. 4010 Stavanger



projure

Advokatfirma DA

Besøksadresse Stavanger: Nedre Holmegt. 30. Besøksadresse Bryne: Storgata 15.

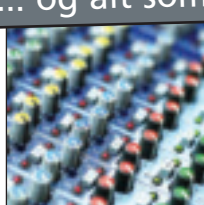
Postadresse: Postboks 127 Sentrum, 4001 Stavanger.

T: +47 51 85 84 00. F: +47 51 85 84 01. E: stavanger@eurojuris.no **www.projure.no**

Rom for opplevelser



... og alt som trengs for å framkalle dem.



Velkommen til en god arena for konserter, show og denslags!

IMI FORUM

- en salig stund uten like



Pål Jacob Jacobsen

Stavanger-regionens Europakontor
 pal@onemarket.be
 www.one-market.org

Tyrkia viktig for EUs energiforsyning

Tyrkias geopolitiske rolle blir stadig tydeligere og viktigere for EU.

Det er mange måter å se på Tyrkia i debatten om EU-medlemskap:

- a) For flertallet av befolkningen i EU er det fortsatt et ikke-europeisk land som vil presse seg inn i EU-klubben.
- b) For EU-byråkratene som forhandler betyr Tyrkia diskusjoner om hodeskjerf på universitet, kypriotiske havner og landbruksstøtte.
- c) For offensive svensker og dansker er det 80 millioner nye shoppere i deres indre marked.
- d) For populistiske europeiske politikere er nei-til-tyrkisk-medlemskap en lett måte å vinne noen flere stemmer på.

For stadig flere politikere og energiselskaper – ikke minst de norske – blir Tyrkia imidlertid en langt viktigere geopolitisk spiller, og landets framtid får store konsekvenser for EU – ikke minst på energisiden.

Det er Tyrkia som binder EU sammen med Asia og Svartehavsregionen, og dette gir landet et ypperlig utgangspunkt som europeisk gass-hub.

Om alle prosjekter som er under planlegging blir gjennomført, kan over ti prosent av verdens oljeeksport og ti prosent av verdens gasseksport i framtiden passere tyrkisk territorium. Dette gjør landet interessant for norske leverandører, men også som strategisk samarbeidspartner for Norge. Man tenker på utvikling av rørledningstransport. Tyrkia har også et stort vannkraftspotensial, et område som Rogaland og Norge kan bidra med kunnskap på.

Rørledningen Nabucco skal transportere gass fra Turkmenistan og Iran til EU-landene. Det kan gjøre EU-landene mindre avhengig av Russland og bidra til lavere gasspriser i regionen. Nabucco finnes bare på tegnebordet, men følges nøye av både russerne og EU-landene som ser på denne parallelt med tilnærmingen mot EU-medlemskap.

Når Tyrkia i mai meglet i fredsforhandlingene mellom Israel og Syria, så vitnet det om at landet også tar sitt geopolitiske ansvar.

Det er således Tyrkia som sammen med Norge skal bidra til at man har alternativer til russisk gass. For StatoilHydro og andre energiaktører i Brussel kan medlemskapsforhandlingene med Tyrkia lede til nye transportveier, nye leveranser og høyere forsyningssikkerhet for EU.



“Loven er lik for alle. Advokaten er forskjellen.”

Ingebjørg Voster [Advokat]

Endringsprosesser preger i stigende grad både enkeltmennesker og virksomheter. Når vi har fått ord på oss til å være nytenkende og annerledes i advokatbransjen, er det blant annet fordi vi har arbeidet tett med våre kunder og forbindelser. Vi er vant til utfordringer innen arbeidsforhold, selskap, skatt og kontrakter.

Advokatfirma Helliesen_Kvernberg AS.
 Telefon 51 84 12 20 www.lawyer.no

HELLIESEN_KVERNBERG
ENGASJERTE_MENNESKER

Ingen kø og ingen innsjekking!

Ring oss på
88 00 14 14
hele døgnet



ensign.no

Se otiumcopter.no

NorCopter

**6 PASSASJERSETER, YPPERLIG KOMFORT
LEDIG PÅ KORT VARSEL, 2 MOTORER, NATTFLYGING**

OFFSHORE CARGO PRIVAT MØTEVIRKSOMHET SIGHTSEEING FOTO & FILM



Karmøy brygge

SJØ, GOLF, FRITIDSBOLIGER

ensign.no

**SALGET ER I GANG!
FLERE BEDRIFTER HAR
ALLEREDE KJØPT**

www.karmoy-brygge.no

Karmøy Brygge – en uoppdaget perle

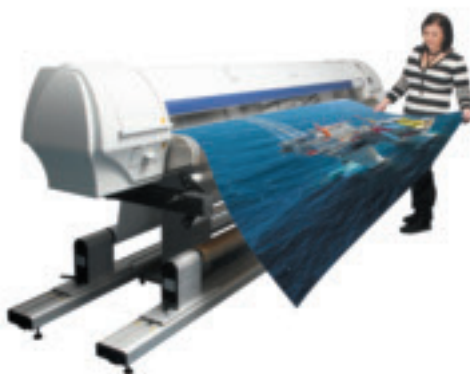
Sjøhusleiligheter og rekkehus fra 55-98 m² BRA, 2-4 soverom. Bryggeanlegg, basseng og strand. Mulighet for kjøp av båt plass. Inkludert er møbelpakke, 2 spilleretter til golfklubben, 2 golfsett og 2 havfiskestenger. 5 minutter med motorbåt til Haugesund sentrum. 1 time og 45 minutter fra Stavanger. **Felles møterom for kurs og konferanser på 120 m² - perfekt for bedrifter.** En av Norges mest spektakulære 18-hulls golfbaner som nærmeste nabo

Forventet ferdigstillelse trinn 1, sommeren 2010

Ronny Skjøtskift m: 416 14 676, e: ronny@otium.no eller **Erlend Haglund** m: 906 96 100, e: erlend@otium.no



Skap oppmerksomhet!



Vi har utvidet våre produksjonsfasiliteter for å gi våre kunder enda bedre service.
Sjekk ut våre nye muligheter innen messe- og dekorløsninger.

BITMAP*

Tlf. 51 84 92 30

Lervigsveien 22, 4014 Stavanger, post@bitmap.no, www.bitmap.no

REKLAMEFOTO SCANNING DIGITAL UTSKRIFT MESSEDEKOR BILDEDATABASE



**FIRMA
eller
FAMILIAR**

Tlf 913 08 972

Arkitektheikna hytter m/båt i Ryfylke rimeleg tilleige.
Fullt møblert, 8 sengeplassar, 15 til 100 meter frå sjøen.
40 minutt til Svandalen med flott skitrekke og løyper for langrenn.
1 ½ time køyring frå Haugesund, 2 ½ time frå Stavanger.
(Vel ein time med hurtigbåt).
Fortrinnsvis langtidsleige, men óg for ½ eller 1 år.



PROGRAM

JACOB BROSTRUP

05.09. – 28.09.

NICOLAY AAMODT

03.10. – 02.11.

THOMAS SÆVERUD

06.11. – 07.12.

UTSTILLINGER
UTSMYKKING
PROSJEKTER
RÅDGIVING
INNRAMMING

KUNSTGALLERIET

Madlaveien 75 4009 Stavanger www.kunstgalleriet.no
tlf 51523070 / 41437444

Man. tir. ons. og fre. 10-16

Tor. 10-19

Lør. og søn. 12-16



Vårt mål er ambisiøst: "Vi skal være den beste byggmesteren i byen". Hele Nord-Jæren er vårt arbeidsområde. Store bedrifter, kommuner, fylkeskommunen og staten er blant våre kunder. Vi er ydmyke og stolte over at vi stadig får nye oppdrag, og tar det som et klart tegn på at vårt arbeid er i toppdivisjonen.

Byggmester
Sagen as

Tlf. 51 82 33 00
sagen@sagen.no
www.sagen.no



Renten er viktig for folk og bedrifter

Svein Gjedrem tar for lite hensyn til hvor viktig renten er for folk. Det mener professor Steinar Holden i en uttalelse til Dagens Næringsliv 24. juni 2008. Han får støtte av resten av DNS rentepanel.

- Sentralbankene legger altfor for liten vekt på at renten er en vanvittig viktig variabel for folk, sier professor Steinar Holden til avisen. De tre andre i DNS rentepanel, professor Guttorm Schjelderup, sjeføkonom Harald Magnus Andreassen og seniorforsker Knut Røed, er enige. Rentepanelet mener Gjedrem må bli flinkere til å unngå svært lave og svært høye renter. - I moderne pengepolitisk teori er det lav, stabil inflasjon og stabil produksjon som det legges vekt på. En tar ikke nok hensyn til at renten i seg selv er en svært viktig variabel. Dersom husholdninger og bedrifter gjetter feil på framtidig rentenivå, og for eksempel låner for mye fordi de tror at renten vil forbli lav, kan dette innebære store samfunnsøkonomiske kostnader. For å redusere risikoen for slike feil bør sentralbankene forsøke å dempe utslagene i rentesettingen, det vil si unngå svært lav eller svært høy rente, sier Holden til DN.

Fottur til Kjerag

Et samarbeid mellom Innovativ Fjordturisme (www.fjordturisme.no), Lysefjorden Utvikling og reiselivsaktører i Lysefjorden har ført til at det for sesongen 2008 er guider tilgjengelig ved opplevelser som blant annet guidet tur til Kjerag, opplyser Fjord-Norway på sin nettside. De reisende til Stavanger og Lysefjorden kunne fra 23.juni delta på Tide Fjordcruise sin nye pakke "Fottur til Kjerag" - med guide! Dette skaper en mye bedre tilgjengelighet for mange internasjonale gjester.

Fjord-Rogaland i teten

Aftenposten presenterte 23. juli 2008 en ranking over Norges mest besøkte naturattraksjoner:

1. Preikestolen

Preikestolen ved Lysefjorden er en av Norges store turistmagneter, og den aller mest populære fjellturen i landet. Ifølge tall fra Den Norske Turistforening (DNT) tar nesten 100.000 mennesker turen ut på det svimlende fjellplatået hvert år.

2. Besseggen

Rundt 40.000 personer vandrer

over Besseggen hver sommer.

3. Gaustadtoppen

Årlig bestiger minst 30.000 mennesker fjellet.

4. Kjerag

Kjerag er majestetet i Lysefjorden, med sine 1000 loddrette meter. Den blankskurte granittveggen har lenge vært beundret fra fjorden, men besøket til platået og Kjeragbolten har de siste årene tatt helt av, melder DNT. I dag besøkes Kjerag av opp mot 30.000 mennesker hvert år.



Egonomikonsulent AS

Maskinveien 6, Forus.

N-4065 Stavanger

Telefon: (+47) 51 95 89 80

firmapost@ergonomikonsulenten.as

www.ergonomikonsulenten.as



Kontormøbler med funksjon og design



FASETT



Sandnes Sparebank
-slik du vil ha det

Sandnes Sparebank inviterer til

Investeringskonferansen

2008

Torsdag 2. oktober kl. 15
i Stavanger Forum

Påmelding: kapital@sandnes-sparebank.no eller ring oss på 51 67 67 92 i dag!



Arbeid for alle - heft eller heftig?

Mediebildet preges av at vi mangler arbeidskraft. Samtidig uttrykkes bekymring for at antall personer som mottar trygdeytelser øker. Er vi i ubalanse her? Finnes det mennesker blant oss som vil og kan arbeide, men som faktisk ikke blir benyttet?

I første halvdel av oktober settes det fokus på rehabiliteringsvirksomheten i Norge. Motto for Rehab-uka 2008 er "Aktivitet – Mestring – Kultur."

I den sammenheng vil det bli gjennomført flere aktiviteter i

distriktet. Bl.a. arrangeres konferansen "Inkludering - heft eller heftig" i Sandnes Kulturhus, der arbeidsrettet rehabilitering er tema. Foredragsholdere er bl.a. Tore Christiansen, direktør SFF, Steinar Olsen, daglig leder i Stormberg og Viktor Norman, professor og tidligere arbeidsminister.

Hvordan blir arbeidsmarkedet framover, hva kan gjøres for å tilrettelegge og hva betyr dette for bedriftene? Vellykkede prosjekter blir presentert, og gjennom teaterframsyningen "Boggie for benløse" vises utfordringene.



HANDLEKRAFT

Kruse Smith er en av de største og mest handlekraftige byggeaktørene i Agder, Telemark og Rogaland. Vår styrke er at vi evner å ta totalansvar for ulike byggeprosjekter fra tidlig idéfase, til utarbeiding, drift og vedlikehold.

Kruse Smith finner du i Kragerø, Arendal, Kristiansand og Lyngdal i sør, på Forus og Karmøy i vest.

 **KRUSE SMITH**
www.kruse-smith.no

Lokemotiv - Foto: Monica Larsen



Bli med og nyt Det norske måltid!

Næringsforeningen inviterer alle matglade til å ta del i et storslått norsk måltid i IMI-hallen i Stavanger torsdag 30. oktober. Festmiddagen er høydepunktet i den landsomfattende Jakten på smaken av Norge som i år gjennomføres for første gang.

Det norske måltid - Jakten på smaken av Norge er en konkurranse som pågår i disse dager, og som skal kåre og premiere de aller beste råvarene og matproduktene fra land og sjø i samtlige fylker. All vinnermaten i fylkene går til den nasjonale finalen der en jury ledet av tidligere Bocuse d'Or-vinner, Bent Stiansen, skal kåre Norges aller beste råvarer og matprodukt. De nasjonale vinnerne vil i sin tur danne grunnlaget for et utsøkt festmåltid.

Da verdens kanskje aller mest anerkjente kokk, Paul Bocuse, besøkte Stavanger i forbindelse med Bocuse d'Or-arrangementet i juli, proklamerte han at verdens beste råvarer er norske. Utgangspunktet for å skape et minnerikt måltid er altså det beste!

Prisen for hele måltids-vin- og festpakken er satt til 2500 kroner per kuvert.

For mer informasjon og påmelding: www.stavanger-chamber.no

Næringsforeningen i Stavanger-regionen er prosjekteier for Det norske måltid- Jakten på smaken av Norge, mens Harald Osa er prosjektleder.





Jan Egeland om å vinne i Lotto morgen og kveld

– Jeg mener det er fullstendig usmakelig at vi nå skal være sure for at bensinen er blitt dyrere. For mens priskrisen herjer i verdens fattigere land, synes Egeland, som nå er direktør for Norsk Utenrikspolitisk Institutt (NUPI), at det er betimelig å minne nordmenn på hvor heldige vi er. – Vi i Norge har vunnet i Lotto morgen og kveld. Vi er født i et land uten epidemier, uten sult, uten kriser, med gode naboer og med fisk i havet. Og på toppen av det hele fant vi olje. Det er nettopp oljen som er én av årsakene til katastrofen som nå rammer verdens fattigere strøk.

Aftenposten 21. juli 2008

Stavanger2008 – et lokalt fenomen?

Mediekomentator i Dagbladet, Andreas Wiese, mener at det er naturlig at riksavisene ikke følger Stavanger2008 tettere. – En kulturbykåring er et lokalt fenomen. Det er naturlig at stavangeravisene er mer opptatt av dette enn oss osloaviser.

Stavanger Aftenblad 14. juni 2008

Rett fra levra...

– Det viktigste med å reise er at du lærer mye om Norge. Om hvor fint landet vårt er, og hvor dårlige vi er til å selge det.

Arne Hjeltnes til Aftenposten 12. juli 2008

Fluktvei I

Norge er et deilig land å reise til utlandet fra.

Jens Bjørneboe, norsk forfatter (1920 – 1976)

Fluktvei II

En kan reise hvor en vil, men aldri fra seg selv.

Norsk ordtak

Fluktvei III

Alle reiser er ein omveg heim.

Herbjørn Sørø, norsk journalist (1933 – 2003)

Alt henger sammen med alt

Mens det er tvilsomt om det finnes noen sammenheng mellom aksjekurser og forbruk, er det en klar sammenheng mellom forbruk og boligpriser. Folk bruker rett og slett mer penger når boligprisene stiger fordi de som eier egen bolig blir rikere. Akkurat nå er det omvendt, boligeiere blir fattigere og bruker mindre.

Bård Bjerkholt i DN 9. juli 2008

Man biter ikke hånden som

I et intervju med NRK Østlandssendingen forteller Reidar Hjermann at han i frykt for ikke å få fortsette som barneombud lot være å ta opp saker han mente kunne minske sjansene

for å få forlenget åremålet. – Før jeg søkte på stillingen for andre gang, begynte jeg å tenke meg om både én og to ganger før jeg kom med et kritisk utspill mot departementet, og sånn skal det jo ikke være, sier Hjermann til Østlandssendingen. – Det at jeg har lagt bånd på meg tidligere, er en av årsakene til at vi er nødt til å jobbe med at barneombudet utnevnes på en annen måte.

VG 25. juni 2008

Er det forskjell på folk og penger?

Utbyggingen av Melkøya er en ny industri-skandale: Overskridelsene er nå på mer enn 20 milliarder (tre Mong) – og mer vil følge. Til sammenligning: Hele veibudsjettet er på 15 milliarder. Ved utbyggingen av Melkøya har det vært ansatt flere utlendinger enn nordlendinger. Hvorfor er det mulig for oljeanlegg, men ikke for veianlegg?

Gudmund Hernes, forsker og professor, Morgenbladet 18- 24. juli 2008

Kunnskapsnivået i politikken I

Slik vi ser det er et lite land som Norge – og alle andre land også, for øvrig – avhengig av å ha kunnskapsrike og dyktige folk i topposisjoner. Det er ofte de svakest skodde politikerne som ender opp med å underlegge seg andre, enten det er snakk om mektige næringsaktører, profesjonelle pressgrupper eller utenlandske embetsmenn og politikere.

Björgulf Braanen i leder i Klassekampen 10. juni 2008

Kunnskapsnivået i politikken II

Fagfolk har påpeika at eg set meg inn i sakene og kan det eg snakkar om, noko dei meiner er mangelvare på Stortinget.

FRPs stortingsrepresentant Ketil Solvik-Olsen til SA 21. juli 2008

Kunnskapsnivået i politikken III

De nasjonale prøvene «mor», Kristin Clemet, medgir nå at prøvene hun trumfet igjennom som kunnskapsminister i Bondevik-regjeringen tross sterke protester fra foreldre, lærere og elever, ikke holdt mål. Om hun som statsråd hadde lyttet til innvendingene som kom fra mange hold – ikke minst fra fagfolk, kunne hun trukket en slik konklusjon allerede da. Det skjedde dessverre ikke, og landets skoler og elever ble tvunget til å bruke tid og ressurser til å gjennomføre et opplegg de opplevde som meningsløst.

Leder i Rogalands Avis 24. juli 2008

Sekretariatets røst

– Det er politikkenes vesen at de styrende får ansvaret, og det kan man ikke kritisere velgerne for.

Sekretær Martin Kolberg til Dagens Næringsliv 14. juni 2008

Populær

Å nå et stort publikum har med smak å gjøre, og der har jeg vært i den lykkelige situasjon at min smak ofte har sammenfalt med mange andres.

Unni Lindell, krimforfatter til Dagbladet 26. juli 2008

Verdensmesteren

VM-runden i offshore i Arendal var bare Aarbakkens andre løp. Likevel var han den som kjørte mest aggressivt. Aarbakke mener han er født til å gi gass. – Det er alltid den som trekker seg som taper, slår han fast.

Bryne-mannen Inge Brigt Aarbakke til SA 21. juli 2008

Et arbeidende dokument

Universitetet i Stavanger er en del av en verden i rask utvikling. I samspill og dialog med våre omgivelser regionalt, nasjonalt og internasjonalt vil vi ha et åpent og innovativt klima for utdanning, forskning, formidling og nyskaping. Med en fleksibel organisasjon og engasjerte medarbeidere vil vi bidra til å dekke samfunnets og den enkeltes behov for livslang utdanning. Universitetet i Stavanger er et moderne og innovativt universitetet. Strategi for UiS 2009-2020 er et arbeidende dokument og et uttrykk for hva vi skal strekke oss etter.

Rektor Aslaug Mikkelsen i forordet i UiS' strategidokument

Ingenting vokser i betong i Sandnes

Hodet er rundt for at tankene skal kunne skifte retning, sier et gammelt kinesisk ordtak. Å stille spørsmål ved om det skal være parkeringhus på Ruten kan fortone seg som å banne i kirken. Vi prøver oss likevel. Flertallet av byens politikere ønsker seg et parkeringshus under bakken. Den grønne lungen byen så sårt trenger vil de legge på toppen av et underjordisk parkeringsanlegg. Kommende generasjoner vil trolig undre seg over at vi ikke forstod at ingenting vokser i betong, hverken planter eller omsetningen til byens handelsstand. Sandnes sentrum må tenke annerledes. Vi trenger et sentrum som brukes også utenom butikkenes åpningstider. Ta en by som Århus. Der har byplanleggerne de siste tiårene stengt av stadig større deler av sentrum for biltrafikk. Gamle kanaler er gravd frem og sentrums-handelen blomstrer som aldri før.

Leder i Sandnesposten 10. juli 2008

Reiselivsplan etterlyst

I undersøkingar har norske politikarar sett turisme opp som den næringa som dei har mest tru på og vil satsa på. Verken i Forsand, Hjelmeland eller i Strand er turisme ein del av kommuneplanen. Onsdag sist veke arrangerte Nasjonal turistveg Ryfylke møte i Årdal der dei sette arealpolitikk og reiseliv på dagsordenen. Regiondirektør Wenche Salthella i NHO Reiseliv vest oppmoda politikarar til å ha reiseliv som ein viktig del av kommunane si satsing. Politikar og reiselivsmann Inge Håvard Aarskog frå Forsand etterlyste ein meir heilskapleg reiselivsplan frå sin eigen kommune. – Når me ikkje har ein god plan for reiselivet er det vanskelegare å vera forutsigbar. Potensialet i reiselivet er jo enormt, sa Aarskog.

Strandbuen 25. juni 2008



Rasmus Kvassheim

Rogaland i Verden, men ikke på Expo

Mandag 9. juni deltok jeg på en god konferanse om globalisering, nemlig "Rogaland i Verden 2008". Konferansen samlet full sal i auditoriet på BI i Stavanger, og fokuserte på forretningsmulighetene i Asia. Arrangører var NHO og Innovasjon Norge, i samarbeid med BI. Den ble ledet av Trygve Brekke fra Stavanger-regionen Næringsutvikling. Blant foredragsholderne var ordfører Leif Johan Sevland, ambassadør Gao Jian fra Kina og professor Torger Reve fra BI. De ga konferansen den tyngde og kvalitet som mulighetenes markeder så absolutt fortjener. Rogalandsbedriftene Comrod AS, Figgjo AS og Laerdal Medical AS ble behørig profilert som gode eksempler på suksessrike eksportbedrifter.

Uken etterpå, den 17. juni, befant jeg meg på Verdensutstillingen i Zaragoza i Spania, Expo 2008 (14. juni til 14. september), hvor hovedtemaet var VANN.

I Zaragoza hadde rundt 120 land satt hverandre stevne, inkludert våre nordiske venner Danmark og Sverige. Til min store skuffelse var ikke Norge representert. Sveriges paviljong var lokalisert vegg i vegg med EU, og ruvet meget solid og overbevisende i kampen om oppmerksomheten til de mange besøkende. Verdensutstillingen tiltrakk seg 2.000 eksperter på vann, og hadde på programmet et betydelig antall fagkonferanser og over 2.400 kulturinnslag, som sammen med nyskapende arkitektur ga besøkende en totalopplevelse som klart overgikk forventningene.

VANNETS BETYDNING

For besøkende var det tydelig at vann er et kjempetema, og at nye forretningsmuligheter formelig dirret i luften. Sveriges eksponerte eksportlokomotivene Ericsson, og Volvo, samt aktiviteter innen energi, miljø og turisme så det monnet. De framstod koordinert og profesjonelt, og vekket sågar interesse også fra det brede lag av besøkende. Vannets betydning og det mangfoldet som denne råvaren representerer for menneskeheten, ikke minst i næringsmiddel-sammenheng, var slående under konfe-

ransen. Presentasjonene varierte fra helsemessig innfallsvinkel, til energi, miljø og tekniske utfordringer som rensing av vann og avsaltingsanlegg av sjøvann m.m.

I vår region er over 50 prosent direkte eller indirekte selsatt som følge av oljeaktivitetene. Selv om oljeressursene og forretningene knyttet til olje vil vedvare i flere tiår fremover, er tiden inne til å fokusere på alternative forretningsområder. Hvem har bedre forutsetninger enn Norge og Rogaland til å gripe mulighetene som vann - og mangel på vann - byr på?

Ferskvannreservene i Norge er 381 km³, mens de i Spania er kun 111 km³. Grunnet lange tørkeperioder, redusert grunnvannsnivå i Spania og et forbruk på 864 m³ pr. spanjol pr. år (519 m³ pr. nordmann), er Spania i dag nødt til å importere ferskvann. Vann importeres og transporteres med tankskip som også må tas med i det globale miljøregnskapet.

HVOR VAR ROGALAND?

Hvor var så "Rogaland og Norge i Verden"? Er vår suksessrike vekst og utvikling innen olje såpass hemmende at vi velger å la forretningsmulighetene innenfor vann videreutvikles av andre som er mer "sultne"?

Vi bør så absolutt, både ut i fra våre vannressurser og vårt høye kompetansenivå, ha de aller beste forutsetninger for å gripe mulighetene som vann åpner for.

Avsaltingsanleggene som ble presentert på utstillingen ble levert av firmaer fra Kanariøyene som er i sterk vekst, ikke bare med salg innenlands i Spania, men også til FN.

Rogaland har allerede nå behov for å utvikle forretningsområder som kan avlaste og redusere avhengigheten til oljen.

Vann seiler tydeligvis opp som et meget interessant forretningsområde. Hvem griper mulighetene? Vi burde så absolutt vært tilstede på Expo Zaragoza 2008 dersom vi skal leve opp til "Rogaland i Verden"!

Rasmus Kvassheim



Kjetil Rosvold

Area manager i
TANDBERG

Ny area manager

Kjetil Rosvold (35) er ansatt som ny area manager i TANDBERG. Rosvold kommer fra ulike salgstillinger i SEB og Skanem-konsernet. Rosvold skal være ansvarlig for salg

og partneroppfølging i Rogaland, Agder og Haugaland, og vil ha kundeansvar for privat næringsliv og offentlig sektor. Rosvold vil ha base i TANDBERGs nye representative lokaler på Forus utenfor Stavanger.



Anne Lise Falch Anfinson

Mulighetsutvikler i Stavanger-regionen Næringsutvikling AS

Ny mulighetsutvikler

Anne Lise Falch Anfinson er ansatt som mulighetsutvikler i Stavanger-regionen Næringsutvikling AS. Anfinson skal ha ansvar for markedsføring og nyskaping.

Hun kommer fra stillingen som Markedssjef for Vest-Norge i Norges Røde Kors. Anfinson skal ha ansvar for markedsføring og nyskaping. Hun kommer fra stillingen som Markedssjef for Vest-Norge i Norges Røde Kors.



Tord Paulsen

Hovedlærer for fotografstudiet ved Norges Kreative Fagskole i Stavanger

Ny hovedlærer for Fotografistudiet ved Norges Kreative Fagskole i Stavanger

Tord Paulsen er ansatt som hovedlærer for Fotografistudiet ved Norges Kreative Fagskole i Stavanger.

Paulsen har toårig utdanning ved Kunsthøgskolen i Rogaland, Bachelor i film fra Kent og i tillegg Mastergrad i fotografi fra Swansea i Wales. Han har undervisningserfaring fra videregående skole og folkehøgskole. De siste årene har han arbeidet som fotograf i Brighton, men ønsket nå å flytte tilbake til hjembyen.



Tore Halvorsen

Storkundeansvarlig for sektoren olje og gass i HP

Ny storkundeansvarlig for sektoren olje og gass i HP

Tore Halvorsen er ansatt som storkundeansvarlig for sektoren olje og gass i HP. Han får ansvaret for en rekke store kunder,

og skal sammen med Terje H. Pedersen, som leder HPs Stavanger-kontor, videreutvikle HPs satsing mot de største selskapene innen olje- og gasssektoren. Halvorsen har solid erfaring gjennom 10 år i IT-bransjen, hvor han har jobbet for flere av HP sine partnere, blant annet Ementor, ITworks og Umoe IKT.



Øystein Lund Bø

R&D manager i mpm - Multiphase Meters AS

Ny R&D manager i mpm - Multi Phase Meters AS

Øystein Lund Bø (42) er ansatt som R&D manager i mpm - Multi Phase Meters AS.

Lund Bø kommer fra

stillingen som forskningsdirektør ved IRIS, hvor han har hatt ansvar for oppbygging av en ny forskningsavdeling knyttet til ren og effektiv energi og kraftproduksjon. Han skal arbeide med forskning, teknologi- og forretningsutvikling, og vil fokusere på nye anvendelsesområder for mpm's highperformance måleteknologi. Lund Bø er av utdanning fysiker med dr. grad innenfor teoretisk faststoffysikk fra Universitetet i Oslo og har også ingeniørutdanning innen elektronikk fra Høgskolen i Stavanger.



Elisabeth Ø. Rasmussen

Hovedlærer ved Norges Kreative Fagskole i Stavanger

Ny hovedlærer for studiet "Reklame og Merkekommunikasjon" ved Norges Kreative Fagskole i Stavanger.

Elisabeth Ø. Rasmussen er ansatt som hovedlærer for studiet "Reklame

og Merkekommunikasjon" ved Norges Kreative Fagskole i Stavanger. Elisabeth kommer fra stilling som konsulent i reklamebyrået Drivkraft. Hun har tidligere arbeidet som markedssjef innen flere bransjer, og har drevet eget firma innen strategisk markedsrådgivning. Hun har utdanningen sin bl.a. fra Handelshøgskolen BI og Universitetet i Stavanger og har undervist i markedsføringsfag på BI og ved Teknologisk Utdanningscenter.



Heidi Jeanette Nygård

Kongressjef i
Region Stavanger
BA

Ny kongressjef

Heidi Jeanette Nygård er ansatt som kongressjef i Region Stavanger BA (Destinasjonsselskap for Stavanger, Sandnes og Jæren). Hun kommer fra stilling som salgsdi-

rektør på Quality Airport Hotel Stavanger. Hun har lang og bred erfaring fra hotell- og konferansemarkedet og har tidligere også jobbet for Rica og Thon Hotels. Heidi Jeanette Nygård skal være prosjektleder for alle MICE-aktiviteter (meetings, Incentive, congress, events), både nasjonalt og internasjonalt, og jobbe strategisk langsiktig for å fremme regionens attraktivitet på kongressmarkedet.



Sølvi Waage

Salgssjef CRM-
konsulent hos
Conmark AS

Ny salgssjef – CRM-konsulent hos Conmark AS

Sølvi Waage (38) er ansatt som salgssjef – CRM-konsulent hos Conmark AS. Waage kommer fra DSV Rogaland, som områ-

deansvarlig for salg. Hun har lang erfaring fra næringslivet i Rogaland, bl.a. HGR BTI Nordic, Rogalands Avis og Stavanger Aftenblad.



Mari Rugeldal

CRM-konsulent
hos Conmark

Ny CRM-konsulent hos Conmark

Mari Rugeldal (25) er ansatt som CRM-konsulent hos Conmark AS. Rugedal er utdannet NITH Bachelor kandidat med fordypning i CRM og kommer fra

Fylkesmannen i Rogaland.



Kenneth Mannes

Teknisk leder i
Conmark

Ny teknisk leder i Conmark

Kenneth Mannes (29) er ansatt som teknisk leder i Conmark AS. Han kommer fra Netthuset og Telecomputing Stavanger AS. .



PÅ UTKIKK ETTER NYE MEDARBEIDERE?

- Vår visjon er å levere faglig oppdatert arbeidskraft.
- De skal være klare for morgendagens krav.
- De skal leveres til den avtalte tid.
- Kort sagt - vi leverer medarbeidere til tiden

Vi jobber vi med rekruttering, bemanning og headhunting ut fra tre grunnverdier: Effektivitet, troverdighet og engasjement.

JKS NORGE AS • ØSTERVÅG 25 • 4006 STAVANGER • 51 938 890 • WWW.JKSNORGE.NO



Rosenkilden distribueres til private og offentlige virksomheter på Jæren og i Ryfylke.

Priser 2008: (størrelser angitt med BxH)

Helside: (utfallende) 210x297 mm, 186x270 Kr. 17.850.-

Halvside: 186x134 mm (ligg.) Kr. 10.500.-

Kvartside: 186x65 mm (ligg) Kr. 5.750.-

Innstikk: pris etter avtale. Fem prosent rabatt for medlemmer.

For mer informasjon kontakt:

Helge Gunnar Nesse på telefon: 51 51 08 85 eller 952 16 622 eller e-post: nesse@stavanger-chamber.no.

Frist for innlevering av materiell for neste nummer er 15. september

Trykk: Kai Hansen Trykkeri AS

Kontorene våre er ikke en distribusjonskanal.
Kontorene våre ER banken.

Handelsbanken
nærmere deg

Stavanger Straen
Lars Hertervigs gt. 6
Postboks 770
4004 Stavanger
Tlf: 51 84 63 50

Stavanger Sentrum
Verksgaten 24
Postboks 7034
4004 Stavanger
Tlf: 92 22 33 44

Sandnes
Vågsgaten 41
Postboks 313
4303 Sandnes
Tlf: 51 68 39 50

Bryne
Under etablering
Åpner høsten 2008