

NÆRINGSLIVSMAGASINET

NR. 6 • 2016 • ÅRGANG 22
LØSSALG: 79 KR

Rosenkilden

Nå peker pilene oppover

Nå går det litt bedre enn i fjor og vi ser mer optimistisk på framtiden igjen. Det sier over 500 bedriftsledere i Næringsforeningens ferske bedriftsbarometer. Betyr det at bunnen er nådd og at vi kan forvente ny vekst de kommende årene?

side 6-11



MAGASINET ROSENKILDEN

Næringsforeningens magasin Rosenkilden kommer ut månedlig i et opplag på 14.000. Det distribueres til alle bedrifter og offentlige virksomheter i regionen. Rosenkilden skal være dagsordensettende i regionens viktigste næringspolitiske saker og gjenspeile aktiviteten i medlemsbedriftene. Næringsforeningens nettside: www.naeringsforeningen.no.

KONTAKTPERSONER

TIPS: Egil Hollund, tlf: 992 93 700,
epost: hollund@naeringsforeningen.no

ANNONSER: Rune Dale, tlf: 920 54 779,
epost: dale@naeringsforeningen.no

MEDLEMSKAP:

Randi Mannsåker, tlf: 464 12 959,

epost: mannsaaker@naeringsforeningen.no

MEDLEMSMØTER:

Anne Woie, tlf: 995 12 623,

epost: woie@naeringsforeningen.no

KOMMENDE ARRANGEMENTER

MEDLEMSMØTER

08.06 Innovasjon i bygg og anleggsbransjen

09.06 Den store hagefesten

16.06 Treffpunkt Jæren: Sommerfest

23.08 Fagdag for solide kontrakter!

06.09 Digitalisering

06.09 Investorskolen



For mer informasjon
og påmelding,
gå til naeringsforeningen.no.

INN ACTIVITIES

08.06 Do you have a business idea?

15.06 Fishing for real

19.06 Hike to Kjerag

29.06 Summer games

09.07 Learn how to use map and compass

13.08 Trip to Preikestolen



For sign up,
go to rosenkilden.com.

Rosenkilden følger redaktørplakaten.

Ansvarlig redaktør: Harald Minge.

Redaktør: Egil Hollund.

I redaksjonen: Ståle Frafjord, Frode Berge,
Trude Refvem Hembre
og Elianne Strøm Topstad.

Utgivelse/produksjon:

Næringsforeningen i Stavanger-regionen.

Telefon: 51 51 08 80.

Epost: post@naeringsforeningen.no.

www.naeringsforeningen.no

Opplag: 14.000.

Trykk/layout: Kai Hansen Trykkeri

Fotografer: Markus Johansson og
Henrik Moksnes/BITMAP.

Forsideillustrasjon: Ståle Ådland

Årgang: 22.

Redaksjonen avsluttet: 27. mai 2016

Innhold



Mot lysere tider for regionen? 6

Ser lysere på fremtiden 8

Gryende optimisme i markedet 10

Nå kan du få landets gunstigste jobbtransport 12

Sykkelløftet blir en del av HjemJobbHjem 14

- Før oppsøkte vi verden, i dag ringer vi til den 16

- Ideen er viktigere enn kanalene 18

Hopper bukk over redaksjonene 19

Med Pulpit til Mars 22

Nye tider med Gladmat 24

Bjerkreim satser på økogrend 26

Profilen: Siri Ommedal 30

Lær av de beste: Roxel 34

Bedriften: DNF 38

Nye medlemmer siden sist 42

Styrelederen 44

Energikommentaren 46

LUNCH 47

Spaltisten 48

Kilden 50

INN Expats 52



Kappløpet mellom byene

I ruinene av en mislykket kommunereform er tvillingbyene Stavanger og Sandnes inne i en spennende transformasjonsfase. La det bli et kappløp og en konkurranse mellom kommunene om hvem som lykkes best. Synergiene kommer uansett!



HARALD MINGE • Adm. dir. i Næringsforeningen

Mange husker kanskje at statsminister Erna Solberg besøkte den demilitariserte sonen mellom Nord- og Sør-Korea i vinter. En spesiell anordning hvor senterlinjen går tvers gjennom en bygning og treffer nøyaktig på midten av et møtebord. Da Solberg besøkte stedet, stod soldater fra Nord-Korea og kikket inn vinduet. Hensikten var jo at det i dette møterommet skulle innfinne seg en slags dialog mellom de to bitre fiendene, men sist noen satt seg ned ved forhandlingsbordet var i 2002.

Å bygge et slikt kontor på kommunegrensen mellom Stavanger og Sandnes er litt i overkant, selv som frontene har vært spisse i kommunevalgkampen. Rivalisering mellom tvillingbyer er dessuten ikke noe nytt, det finnes mange eksempler fra andre verdenshjørner. Lengst gikk det da naboene Minneapolis og St. Paul ikke engang klarte å bli enige om datoene for start og slutt på sommertidsperiodene. Over flere år var det én time i tidsforskjell mellom de to byene. Vi er tross alt ikke der, men sunn konkurranse kan samtidig være nødvendig og gi oss økt momentum.

To store byer med Norges beste infrastruktur mellom seg er ikke dagligdags. Dobbeltsporet mellom Stavanger og Sandnes er kåret til landets mest vellykkede togstrekning – passasjertallene tatt i betraktning. Bare et kvarter med nydelig sjøutsikt utenfor togvinduet tar deg fra lunsjen på restauranten til Charles Tjessem til konserthuset i Stavanger. Frekvensen er upåklagelig, og om ikke lenge kan du jammen kjøre samme strekningen på en helt ny bussvei.

I sum betjener de to byene et betydelig befolkningsgrunnlag. Byidentitet betyr mye, og har hatt stor betydning for resultatet av kommunereformen. Samtidig ligger vi på norgestoppen i kommunependling i regionen. Rundt halvparten av oss bor ikke i kommunen som vi jobber i. Den normale andelen kommunependling er rundt ti prosent, men hos oss ligger vi altså på rundt 50.

Alle som er opptatt av vekst og utvikling i sentrum har grunn til å være optimistiske. Trenden både nasjonalt og internasjonalt

er klar: Sentrum vokser, og framstår som et stadig mer attraktivt sted å handle, bo, jobbe og søke opplevelser. Kan vi dermed se på tvillingbyene som en helt unik urban kvalitet som hver for seg er rendyrkede og selvstendige, men som samtidig utfyller hverandre og byr fram ulike produkter som samlet sett gjør at flere mennesker i regionen vil benytte sentrum? Det er jo ikke akkurat to sovebyer vi snakker om, men to ambisiøse storbykommuner – begge med voldsomme målsettinger for de neste årene. Så langt leder Sandnes klart dette kappløpet med en meget godt organisert og planmessig bra oppbygget prosess for sentrumsutviklingen med tomteselskapet som spydspissen. Få byer har oppnådd så mye på så kort tid, og etter hvert har mange kommuner i Norge begynt å snakke om "Sandnesmodellen". Se bare hva som skjer i havneparken og etter hvert på Ruten.

Storebror lenger nord har også begynt å røre på seg. I mange år har det nesten ikke vært en eneste heisekran å se i siddisbyen, men nå foreligger det for første gang en skikkelig sentrumsplan. Den innebærer en betydelig transformasjon, frigjøring av næringsarealer og økt utnyttelse ved å bygge i høyden, utvikling av områder som Paradis, stasjonsområdet, Holmen, Nytorget og østre havn. Og akkurat som i Sandnes er det nå etablert et offentlig utbyggings- og tomteselskap, om ikke akkurat smidd under samme lest som i nabobyen. For næringslivet og utbyggere betyr dette en helt annen forutsigbarhet og dermed økt vilje til å satse.

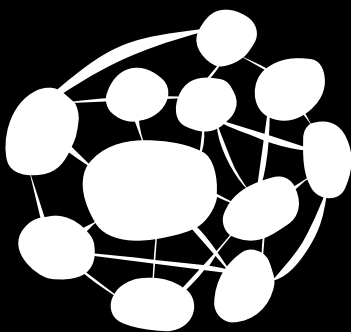
Vi kan gjerne si at lokal konkurranse er tull og at vi skal delta i VM og ikke kretsmesterskapet. Med kommunereformen ønsket vi å oppnå helhetlige grep og en mer funksjonell region. Slik gikk det ikke, og kanskje vi nå skal ta den politiske ledelsen i Sandnes på ordet når de hevder at det er sunt med konkurranse mellom kommunene, på samme måte som i næringslivet. Kanskje er det konkurransen mellom de to bysentraene som skal heve totaltilbudet, i stedet for utmattende liksom samarbeid som stjeler både tid og ressurser, og som i mangel av et eget forvaltningsnivå fort kan bli en energilekkasje.

I disse dager kjører Sandnes en omfattende

annonsekampanje i Dagens Næringsliv hvor de markedsfører seg som Norges mest inspirerende næringsby. I en storkommune, som det altså ikke blir noe av, ville vi promotert mulighetene hele regionen kan by fram. Men spist er spist, nå gjør Sandnes det eneste rette. I stedet for utmattende runder med mange kommuner inne i bildet går gaukene rett på mål. De har et produkt som de kontrollerer selv, og en strategi som de kan måle seg på! Det handler jo om gjennomføring! Historisk er det Stavanger som har tatt mest ansvar for det regionale samarbeidet mellom kommunene. Det har ført mye godt med seg, men kanskje også Stavanger skal begynne å tenke litt mer på utviklingen av sin egen by? Som Sandnes oppfordrer til. Samtidig finnes det mange utfordringer i regionen som må løses på tvers av kommunegrensene. Det har vi lang erfaring med i det viltvoksende krattet av kommuner vi plager oss selv med å være i besittelse av. Forus, Norges viktigste næringsområde, er kanskje det aller viktigste eksempelet på behovet for samordning.

Tvillingbyene gir ikke bare hele regionens innbyggere et godt urbant tilbud, men leverer et så massivt antall aktiviteter at attraktiviteten også øker med tanke på turisme. Både Blink og Gladmat er gode eksempler, konkurrer gjerne om å lage det beste arrangementet, men det trenger kanskje ikke akkurat være på samme datoen. Og når Tour de Fjords-feltet ruller inn i regionen i slutten av august er målgang i Sandnes lørdagen og i Stavanger søndagen. Konkurrer for all del om hvem som lager best arrangement, men slåss sammen om å beholde arrangementet i regionen.

Videre vekst i sentrum avhenger både av at politikerne prioriterer investeringer i sentrum, at politikerne sørger for rask og smidig behandling av reguleringsplaner og gjennomarbeidede byggesøknader, og at næringslivet selv samarbeider effektivt om alt fra felles åpningstider til ulike arrangementer og festivaler. Et tett og gjensidig forpliktende samarbeid mellom politikerne og næringsaktørene i sentrum blir enda viktigere når det gode forslaget til en BID-ordning ser ut til å bli liggende skuffen til regjeringen og Jan Tore Sanner.



NÆRINGSFORENINGEN

Gir kraft til vekst

POSTADRESSE
Næringsforeningen i Stavanger-regionen,
Postboks 182, 4001 Stavanger
TELEFON: 51 51 08 80.
E-POST: post@naeringsforeningen.no

NÆRINGSFORENINGEN ER TIL STEDE I HELE STAVANGER-REGIONEN – FRA DALENE I SØR TIL RYFYLKE I NORD.

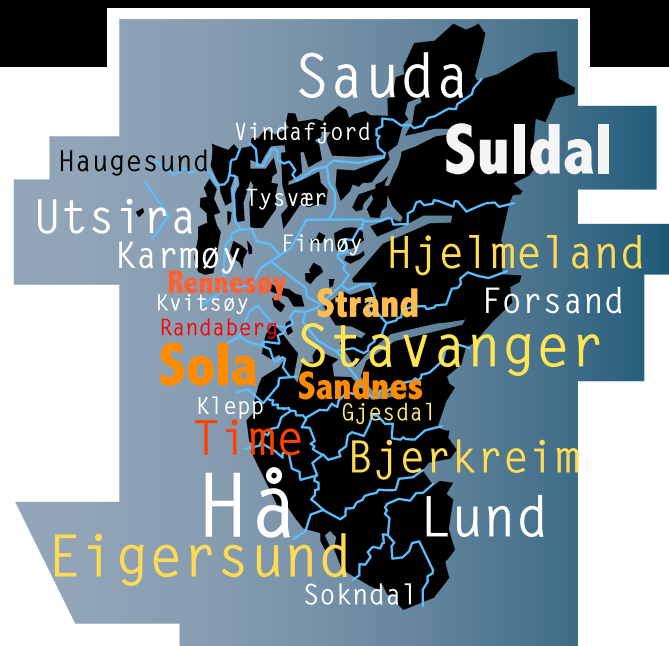
Næringsforeningen har 1.758 medlemsbedrifter, og over hele regionen har vi en lokal tilstedeværelse med egne ressursgrupper. Disse fungerer nærmest som lokalkontor og arbeider med lokale utfordringer, men i et regionalt perspektiv. Et grenseløst næringsliv i en stadig mer grenseløs region. Nå arrangeres det egne medlemsmøter i Egersund, Bryne, Gjesdal, Sandnes, Sola, Risavika, Randaberg, Rennesøy, i Ryfylke og selvfølgelig i Stavanger. Vi er på vårt aller beste når vi får til gode samarbeidsprosjekter – ofte sammen med det offentlige.

VISJON OG VERDIER

“Gir kraft til vekst” er Næringsforeningens visjon. Våre tre utvalgte verdier er “modig, dagsordensettende og godt vertskap”. Vertskapsrollen er sentral i en nettverksorganisasjon, og foreningen har lange tradisjoner i å ivareta rollen som samfunnsdebattant og pådriver for å ivareta medlemmenes interesser.

STRATEGISKE FOKUSOMRÅDER

Næringsforeningen har valgt ut seks strategiske fokusområder for perioden 2016 til 2020. De strategiske fokusområdene er infrastruktur, kompetanse, boattraktivitet, energi, Den grenseløse regionen og Nye muligheter. Innenfor hvert område jobbes det med ulike prosjekter.



24 RESSURSGRUPPER

Næringsforeningen er i underkant av 20 ansatte, men ca. 250 medlemmer er organisert i foreningens 24 ressursgrupper. Disse jobber med spesifikke fagfelt som bygg- og anlegg, energi, teknologi eller matbransjen, eller de kan være geografisk basert. Ressursgruppene er viktige temperaturmålere blant medlemsbedriftene, og i egenskap av sin kompetanse og nettverk løfter de fram viktige saker og ulike prosjekter i samarbeid med administrasjonen. De bidrar også til høringsuttalelser, deltar i offentlige utvalg eller arrangerer medlemsmøter.



RENNESØY

Leder: Joar Gangenes. Tlf: 916 47 323
joar.gangenes@subsea7.com



ENERGI

Leder: Kyrre M. Knudsen Tlf: 93883518
kyrre.knudsen@sr-bank.no



FORNYBAR STAVANGER

Leder: Rune Hersvik. Tlf: 916 35 724
rune@vind.no



BYGG OG ANLEGG

Leder: Egil Skjæveland. Tlf: 900 69 667
egil@oh-tomter.no



MAT

Leder: Arna Smistad. Tlf: 930 599 24
arna@maaltidetshus.no



STAVANGER SENTRUM

Leder: Arild Tvedt. Tlf: 906 35 442
arild.tvedt@tvedt-eiendom.no



SANDNES

Leder: Dag Halvorsen. Tlf: 982 67 702
dag@sig-halvorsen.no



RISAVIKA

Leder: Steinar Madsen. Tlf: 977 34 720
steinar.madsen@risavika.no



FORUS

Leder: Svein Ivar Førland. Tlf: 906 44 191
sveinivar.forland@sandnes-sparebank.no



GJESDAL

Leder: Anniken Øgreid. Tlf: 990 14 409
anniken@alg-land.no



JÆREN

Leder: Hans Kristian Aasland. Tlf: 920 66 625
hk@jarentreprenor.no



DALANE

Leder: Vidar Volden. Tlf: 913 12 189
vidar@voldentollefsen.no



RYFYLKE

Leder: Ronny Hus. Tlf: 975 99 990
ronny@rush.no



DEN GRØNNE LANDSBYEN

Leder: Bent Bergersen. Tlf: 924 47 789
post@mxsportrandaberg.no



TEKNOLOGI

Leder: Herbjørn Tjeltveit. Tlf: 475 09 105
herbjorn.tjeltveit@lyse.no



TILRETTELAGT ARBEID

Leder: Kjetil Søyland. Tlf: 900 38 224
kjetil@avanti-ryfylke.no



ENTREPRENØRSKAP

Leder: Osman Amith. Tlf: 938 07 748
osman.amith@bartec-pixavi.com



KAPITALFORVALTNING

Leder: Rolf Johansen. Tlf: 905 40 179
rolf.johansen@formue.no



SOLA

Leder: Mette Finnebråten. Tlf: 975 63 892
mette@selandoptikk.no



INTERNASJONALE RELASJONER

Leder: Steinar Olsen. Tlf: 900 59 794
so1003@online.no



LEAN

Leder: Christine Wathne Seloter. Tlf: 995 07 261
christine.w.seloter@sr-bank.no



U37

Leder: Karl Magnus Horpestad. Tlf: 469 61 832
horpestad@corporater.com



HÅNDVERKERE

Leder: Rasmus Pollestad. Tlf: 908 23 154
jensgs@byggmestorsoren.no



REISELIV

Leder: Leif Anker Lorentzen Tlf: 952 62 276
leif.lorentzen@avinor.no

NÆRINGSFORENINGENS STYRE



Steinar Aasland
Leder



Ådne Kverneland
Nestleder



Berta Lende Roed



Marianne Sørskår
Torbjørnsen



Marit Boyesen



Bjørn Wigestrøm



Svein Ivar Førland



Arnstein Torsvoll



Arna Smistad

SAS

NYT FORDELENE MED SAS PLUS

Fleksible billetter, mat og drikke, flere EuroBonus-poeng,
ekstra bagasje, lounge, Fast Track, setevalg og mye mer.

BESTILL PÅ [SAS.NO](https://sas.no)

WE ARE TRAVELERS

Mot ny vekst i regionen?

Bedriftsledere i regionen er mer positive til framtiden i dag enn for bare ett år siden. Det viser en stor undersøkelse blant over 550 bedrifter i regionen. Omsetning og lønnsomheten vil øke, og behovet for å kutte i antall ansatte er blitt mindre, ifølge Næringsforeningens ferske bedriftsbarometer. Samtidig varsler både NAV, eiendoms- og utleiebransjen, varehandel samt lokale byggefirma om at bunnen kan være nådd.





Ser lysere på fremtiden

Bunnen kan være nådd og vinden løyet, viser en ny og omfattende bedriftsundersøkelse i regionen. Antall bedriftsledere som både tror på flere ansatte, økt omsetning og bedre lønnsomhet er økende sammenliknet med året før.



Undersøkelsen er foretatt av Sentio Research Norge AS på oppdrag for Næringsforeningen i Stavanger-regionen.

Bedriftsbarometeret for første kvartal omfatter 550 tilfeldige bedrifter i regionen og måler hvordan ledere i næringslivet opplever bedriftenes situasjon og framtidsutsikter.

Undersøkelsen er foretatt i mars og april.

- De som ser mer positivt på situasjonen har tilpasset seg endringer og justert ned forventningene noe, eller har en plan for dette



og ser lys i tunnelen. Noen har fått nye kontrakter eller ser at det er mange muligheter selv om man har justert til

Tore Gulbrandsøy er leder for Rystad Energy sitt kontor i Stavanger.

et lavere nivå for en periode. Andre har plukket opp muligheter i andre markeder, sier leder for Rystad Energy sitt kontor i Stavanger, Tore Gulbrandsøy.

Mens 29,5 prosent av bedriftene trodde på økt omsetning i 2015, har andelen i dag økt til 40,3 prosent. I 2015 forventet 31,8 prosent økt lønnsomhet, i år har det steget til 36,4 prosent. Også andelen bedrifter som tror på flere ansatte har økt fra 15,9 til 18,4 prosent.

GODT TEGN

- Det er altfor tidlig å konkludere med at bunnen er nådd, men det er samtidig et godt tegn at vi i en så omfattende undersøkelse ser så tydelige



Harald Minge er administrerende direktør i Næringsforeningen.

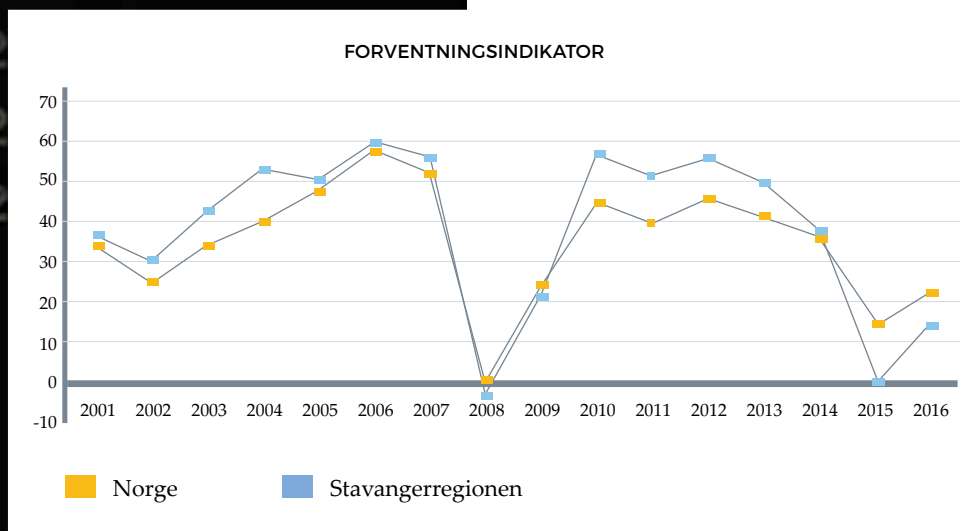
signaler om økt optimisme blant selskapene. Mange bedrifter har jo foretatt drastiske kostnadskutt og jobbet med konkurransekraften. Samtidig tyder jo optimismen på at ordrebøkene til en del av selskapene ser noe bedre ut i 2016 enn i 2015. Et enkeltprosjekt som Johan Sverdrup vil nok slå inn her, sier administrerende direktør i Næringsforeningen, Harald Minge.

Han ser også en merkbar økning i bedriftenes tro på økt omsetning og lønnsomhet.

- Økningen i forventning er størst for omsetning. Ti prosent flere melder om økt omsetning nå enn for ett år siden. 40,3 prosent tror på økt omsetning de neste 12 månedene. Vi tar med oss at dette tallet var 29,5 i fjor og 56,8 prosent i 2013, noe som viser hvor fort det svinger i denne regionen, sier Minge.

UTVIKLING

Bedriftsbarometeret 2016 presenterer forventet konjunkturutvikling for de neste



Fremtidsindikatoren viser bedriftslederes forventninger til framtiden.



del av de beste prosjektene vil bli besluttet. Hvis denne prisen vedvarer i flere år, noe vi i Rystad ikke tror, vil mange utbygginger ligge på vent på bedre pris eller bedre løsninger.

- Du har tidligere spådd en oljeoppgang fra 2017 og 2018. Står du fortsatt på det og i så fall hvorfor?

- Ja. Vi tror fortsatt at oljemarkedet strammes til i andre halvdel av 2016 og vil se pris over 60 dollar fatet i 2017. Aktiviteten vil følge etter med noe forsinkelse. Utbygging av allerede besluttede prosjekt slår sterkt inn med Johan Sverdrup, men man er også avhengig av at andre prosjekt blir besluttet for holde oppe og etter hvert øke nivået, sier Gulbrandsøy.

MER POSITIVE

Fremtidsindikatoren er en samlet faktor for fremtidsoptimisme ved indikatorene sysselsetting, omsetning og lønnsomhet.

Perioden 2001-2006 var en kontinuerlig oppgang i norsk næringsliv og optimismeindikatoren var på det høyeste nivå noensinne i 2006 (indikatorverdi på 57). I 2007 gikk optimismen ned og falt i 2008 til -0,4. I 2013 var indikatorverdien på 40,9, 2014 på 36,3, i 2015 helt nede i 14,1. I første kvartal 2016 har indikatorverdien økt til 22,1, en signifikant fremgang i optimisme på 8,1 prosentpoeng fra 2015.

Fremtidsindikatoren for Stavanger-regionen øker signifikant til 13,8 prosentpoeng nå. Indikatoren var 0 i 2015. For landet som helhet er indikatoren på 22,1.

I 2013 var indikatoren på 49,6, som er noe av det høyeste som er målt siden 2001, sammen med 2006, 2007 og 2010.

12 månedene. Rapporten er bygd opp med en gjennomgang av frekvensene for sysselsetting, omsetning og lønnsomhet. Deretter er disse frekvensene slått sammen, og danner grunnlaget for selve indikatoren.

På spørsmål om bedriften i løpet av de neste 12 månedene vil ha flere, færre eller samme antall ansatte som i dag, svarer 18,4 prosent at de tror på flere ansatte.

10,2 prosent tror på færre ansatte de neste 12 månedene. Dette tallet var 20,5 prosent i fjor så la oss håpe at det nå flater ut. Så tar vi med oss at nesten en femtedel av bedriftene tror at de vil gå til nyansettelser i løpet av det kommende året. Fortsatt er vi mer pessimistiske enn Norge som helhet, men barometeret gir grunn til forsiktig optimisme og at vi kan ha nådd bunnen for denne gang, sier Minge.

OMSETNING

Mens 40,3 prosent tror på økt omsetning, forventer 20 prosent redusert omsetning de neste 12 månedene. Tilsvarende tall for i fjor var 29,5 prosent – både blant de som forventet økt og redusert omsetning.

I forhold til lønnsomhet svarer 36,4 prosent at de tror lønnsomheten vil øke, mens 23,5 prosent mener den vil være dårligere de neste 12 månedene. I fjor trodde 31,8 prosent på økt lønnsomhet, mens 27,3 prosent på redusert lønnsomhet.

- De som har effektivisert og kan levere på lavere kostnader er bedre stilte både for å konkurrere på et lavere investeringsnivå, men også godt posisjonert når aktiviteten tar seg opp igjen, sier Tore Gulbrandsøy i Rystad Energy.

KREVENDE

- Færre bedrifter enn før varsler nedbemanninger sammenliknet med fjorårets undersøkelse. Innebarer det at de store bemanningskuttene nå er tatt?

- Jeg blir ikke overrasket om vi får se flere nedbemanninger, og alle bedriftene er ennå ikke ferdig omstilte. Et eksempel er riggmarkedet, som ser krevende ut.

- Hva betyr en relativt stabil oljepris rundt 50 dollar fatet i dette bildet?

- På dette nivået drives eksisterende felt videre, besluttede felt bygges fortsatt ut og en

Gryende optimisme i markedet

Arbeidsledighetstallene har vist en liten nedgang, boligprisene flater ut og veksten i antall utleieboliger har stanset opp. Også innenfor andre bransjer er det positive tegn i regionen som tyder på at nedturen kanskje er over for denne gang.



Omsetnings- og prisnivået i boligmarkedet har flatet ut denne våren. Antall salg, priser og omsetningstid er rimelig jevnt fra mars og utover, de to første månedene i år var verre. Vi ser en forsiktig optimisme da det ser ut som de verste kuttrundene er over i næringslivet, sier regionsjef Eiendomsmegler 1 SR-Eiendom, Rune Bertelsen.



Rune Bertelsen,
regionsjef
Eiendomsmegler 1
SR-Eiendom.

Eneboliger og rekkehusmarkedet er noe bedre enn leiligheter, men det er også normalt for årstiden.

- Det er nå 13 måneder siden vi så en markant endring i omsetnings- og prisnivå. Slik det ser ut nå vil mai være rimelig lik mai i fjor, sier Rune Bertelsen.

Også aktiviteten på leiemarkedet holder på å ta seg opp igjen, sakte, men sikkert. Leieprisene har generelt gått ned rundt 40 prosent siden toppåret 2012. Nedgangen er mindre på familieboliger som følge av færre objekter av denne type



Grethe Eriksen,
avdelingsleder for
utleiemarkedet i
Eiendomsmegler 1
SR-Eiendom.

boliger for øyeblikket. Prisene holder seg dermed bedre, sier avdelingsleder for utleiemarkedet i Eiendomsmegler 1 SR-Eiendom, Grethe Eriksen.

- Vi fører jevnlig statistikk over antallet utleieboliger på finn.no og ser nå at tallene holder på å stabilisere seg. Vi tror antallet utover sommeren vil gå ned i forhold til samme tid i fjor, sier Eriksen.

Antallet nådde en topp i august 2015 med 918 tilbudte boliger og leiligheter i Stavanger og 1700 i Rogaland.

- Vi følger utviklingen nøye og har tro på en stabilisering av priser og et synkende antall tilbudte boliger på leiemarkedet. Dette fordi mange utleiere som har mottatt oppsigelser ikke får de samme prisene som tidligere og velger å selge. I tillegg er investorer så å si borte fra kjøpsmarkedet for nye boliger. Samtidig ser vi andel boliger vi leier ut til firma kontra private er stigende, sier Eriksen.

I januar 2016 var andel som ble leid ut til firma 9 % og i mars 35% og april 28%.

VAREHANDEL

Også innenfor varehandelen er man positive.

- Vinden har ikke bare løyet, men snudd til svak medvind, sier senterleder ved Madla Amfi, Anette Ø. Worum.

AMFI Madla har så langt i år en omsetningsvekst på 2,5 %.



Anette Ø. Worum,
senterleder ved Madla
Amfi.



Omsetningen på Kvadrat øker sammenliknet med i for.

- Det er veldig bra da vi sammenligner oss med et fantastisk første halvår i fjor. Antall handlende kunder er også helt lik i fjor, så vi er rimelig fornøyd med utviklingen så langt i 2016. Jeg forventer at hele året under ett vil bli enda bedre, sier Worum.

På Kilden har senteret opplevd en økning i omsetningen på hele 15 prosent i år.

- Vi føler virkelig at vinden er i ferd med å snu, sier senterleder Marianne Madland.

- Kvadrat er på samme nivå som i fjor på alle tall, og vi har en vekst på 3,3% på sammenlignbare tall, sier senterleder Bent O. Hansen på Kvadrat.

Tallene er ikke helt sammenliknbare med fjoråret på grunn av ombygging på senteret fram til august 2015.

- Vi bygger om også i år, og to hele etasjer er under ombygging frem til julehandelen. Det betyr at veksten vår reelt sett ville vært noe høyere både på alle tall og sammenlignbare tall hvis vi hadde vært i normal drift, sier Hansen.

Også Stavanger sentrum AS viser til jevn økning i omsetning blant svært mange bedrifter.

- På generelt grunnlag kan vi vise til



en god utvikling, selv om det er klart at noen av virksomhetene innen varehandel og servering nok har merket de til dels utfordrende tidene. Mange har tatt godt grep og justert seg i forhold til markedet, sier daglig leder Cecilie Christ.

Det har aldri vært færre ledige lokaler på gateplan enn nå og pågangen fra nye aktører er stor.

- Vi mottar ukentlige henvendelser med forespørsel om ledige lokaler, men det finnes per i dag kun et par ledige lokaler på gateplan. Det viser investeringsvilje blant grunneierne, både med hensyn til utvikling av eksisterende eiendom og i forhold til tilegning av ny næringseiendom.

BILSALGET

- Tallene til Opplysningsrådet for Veitrafikken (OFV) bekrefter en økning i forhold til fjoråret på pluss 0,2 prosent i

Stavanger, men en nedgang på 4,2 prosent i Sandnes så langt på personbil, sier formann i Rogaland bilbransjeforening, Øyvind Ohm.

Dette er imidlertid registrerte biler og ligger som regel noen måneder i etterkant.

- Vi merker nok en lavere takt på kontraktinngangen etter årets første tre måneder. På nyttekjøretøy ser vi imidlertid en markert nedgang i distriktet på rundt 25 prosent. Men stemningen virker å være positiv og optimistisk i hele bransjen. Det er mitt inntrykk, sier Ohm.

ARBEIDSMARKEDET

- Vi kan ikke se en gryende optimisme i selve tallene enda. Det er likevel slik at også NAV sin bedriftsundersøkelse gir positive signaler, sier fylkesdirektør i NAV Rogaland, Truls Nordahl.

Han viser til at 80 prosent av virksomhetens som er spurt sier de tror på

stabilitet eller oppgang, mens 20 prosent tror på nedgang.

- Vi har hatt store varsler om permitteringer og oppsigelser frem til nå, men har håp om at dette vil avta noe framover. Vi hører flere som sier at de tror "bunnen er nådd", sier Nordahl.

Så langt i år har NAV registrert tre måneder med flat utvikling eller svak nedgang i ledigheten - litt avhengig av hvordan det telles.

- Vi ser at stillingsmarkedet holder seg overraskende godt med rundt 2000 utlyste stillinger i april. Det er også økt aktivitet hos oss rundt bedriftsintern opplæring (BIO). Dette er midler som bedrifter kan søke oss om når de for eksempel trenger å komme seg inn i nye markeder og der dette krever opplæring av ansatte. Vi synes dette er et godt tegn på at det foregår omstilling som er helt nødvendig, sier Nordahl.

KONKURSER

Konkurstallene fra årsskiftet og fram til slutten av mai viste en økning sammenliknet med samme periode i fjor. Ifølge Brønnøysundregistrene over registrerte konkurssåpninger var antallet så langt i år på 152 konkurser mot 128 i fjor.

Det interessante med tallene er at nær en tredjedel av konkursene så langt i år er innenfor bygg- og anleggsbransjen og at to av tre bedrifter som er begjært konkurs innenfor denne bransjen drives av arbeidsinnvandrere som i all hovedsak kommer fra Øst-Europa.

Innenfor varehandel er det registrert 23 konkurser i denne perioden, og innenfor ulike typer tjenesteytelse – som i all hovedsak er selskap som baserer seg på konsulenttjenester – er antallet konkurssåpninger 35.

I industrien er det bare registret åtte konkurser, det samme antallet som innenfor transportnæringen, mens overnatting og serveringsvirksomhet står oppført med ti konkurssåpninger så langt i år.

OLJEPRISEN

Også oljeprisen har steget jevnt og trutt utover året. Prisen var på sitt laveste i midten av januar og da nede på 27-tallet for et fat olje målt i dollar. Siden slutten av februar har oljeprisen steget fra 35 dollar fatet til i slutten av mai å ligge på 48 dollar fatet. Oljeprisen har vært relativt stabil på mellom 45-50 dollar fatet de siste to månedene.

Oljeprisen har så langt i år steget med 30 prosent. Fra årets bunnivå på 27 dollar nådd i januar er oppgangen på om lag 80 prosent.

Oljeanalytiker Torbjørn Kjus i DNB Markets er en av dem som tror på at prisen skal ytterligere opp og ser for seg en oljepris på 65 dollar fatet i begynnelsen av neste år. Han mener det er i ferd med å utvikle seg en bedre balanse i markedet mellom tilbud og etterspørsel enn det man har sett på svært lenge.



Øyvind Ohm, formann i Rogaland bilbransjeforening.



Truls Nordahl, regiondirektør i NAV.



Nå kan du få landets gunstigste jobbtransport

HjemJobbHjem er intet mindre enn landets gunstigste og trolig mest komplette jobbreisetilbud fra det offentlige. Buss, tog og elsykkel til en rabattert pris skal få flere av oss til å velge bort bilen. – Målet er en reduksjon i bilandelen på 20 prosent, sier Espen Strand-Henriksen, daglig leder for HjemJobbHjem.



TEKST:
EGIL HOLLUND
FOTO: HENRIK MOKSNES/BITMAP

Strand-Henriksen er tydelig både engasjert og entusiastisk. Det er ikke så rart. Han har fått en ganske så god verktøykasse til rådighet, når han nå skal få flere av oss i regionen til å kjøre litt mindre bil til og fra jobb. Han leder et team som så langt teller fem personer. Allerede har over 100 bedrifter sagt ja til å bli HjemJobbHjem-bedrift og inngått en avtale med dem.

HjemJobbHjem-gjengen holder til på Forus, midt i det området i regionen som på mange måter definerer kollektivutfordringen til Stavanger-regionen. I landets største næringsområde kjører over 70 prosent av de 40.000 ansatte til og fra jobb med bil – hver dag. I Stavanger-regionen som helhet er tallet 55 prosent. Til sammenligning er bilandelen i Bergen 46 prosent, Trondheim 44 prosent og Oslo 31 prosent.

– Bare så det er sagt. HjemJobbHjem er ikke noe idealistisk miljøprosjekt. Selvsagt er det en fordel for miljøet dersom flere velger kollektivtransport, sykkel eller gange til og fra jobb. Men vårt hovedfokus er å få den framtidige trafikkveksten bort fra bil, fordi bilen er et plassproblem i et byområde, sier Strand-Henriksen.

Han forventer ikke at folk skal skrote bilen. Heller ikke slutte å kjøre bil til jobb.

– Noen er avhengig av bil i jobben, de bor utenfor god kollektivdekning og har for lang vei til at sykkel eller gange er et alternativ. Andre må ha bilen for å kunne hente barn i barnehagen. Men om folk tar bussen, sykler eller går til jobb én eller to ganger i uken – har vi oppnådd mye. Jeg tror også at mange familier kan klare seg med én bil i stedet for to, dersom de benytter seg av tilbudet vi gir dem gjennom HjemJobbHjem, sier Strand-Henriksen.

BREDT SAMARBEID

Det er Mobilitetsgruppen som står bak HjemJobbHjem. Mobilitetsgruppen består av Rogaland fylkeskommune og Kolumbus, Statens vegvesen, Stavanger, Sandnes, Sola og Randaberg kommune. Det hele er finansiert gjennom statens belønningsordning for kollektivtrafikk. Dette er et premieringssystem som gir økte bevilgninger til storbyer som fører en aktiv

politikk for å øke andelen kollektivreiser og redusere biltrafikk.

– I tillegg ønsker vi å bygge nettverk med ulike aktører innen kollektiv, sykkel, gange, aktivitet og helse. Vi ønsker ikke å finne opp kruttet på nytt, men heller være en dirigent som jobber uavhengig av hvilke transportløsninger folk ønsker å benytte seg av – med mål om å redusere bilandelen, forteller Strand-Henriksen.

ATTRAKTIVT

Alle bedrifter og organisasjoner i Stavanger, Sandnes, Sola og Randaberg kan bli en HjemJobbHjem-bedrift. Bedriften betaler maksimalt 10 kroner per måned per ansatt for å bli med. For den prisen får alle ansatte i bedriften gratis tilgang til Bysykkelen sine elsykler.

– Det er i seg selv svært gunstig. Elsyklene er et godt alternativ når ansatte skal på møter eller har behov for transport til og fra busstasjonen eller andre knutepunkt, forteller Strand-Henriksen.

Syklene må parkeres i ladestasjonene til Bysykkelen etter bruk. Det betyr selvsagt at det er mest praktisk for dem som har en slik i nærheten. Men gjennom å inngå en avtale med Bysykkelen, kan enkeltbedrifter betale for å få både sykler og ladestasjoner ved sin bedrift.

Den enkelte ansatte vil også få mulighet til å kjøpe HjemJobbHjem-billetten til 500 kroner måneden. Det er et månedskort for buss og tog som kan benyttes i hele fylket. Normalt koster den mellom 700 og 1500 kroner, så det er virkelig et gunstig tilbud.

Alle bedrifter skal gjennomføre reisevaneundersøkelser og legge til rette for informasjonsmøter for de ansatte.

Bedriften forplikter seg også til å følge opp arbeidet og stille med en kontaktperson som fungerer som bindeledd mellom HjemJobbHjem og de ansatte i bedriften.

– For å beholde og fortsatt få lov til å være en HjemJobbHjem-bedrift må det over tid være en endring i de ansattes reisevaner mot færre bilreiser og flere reiser med kollektivtransport, sykkel eller gåing. Bedriften kan miste tilbudet, dersom det ikke skjer noen som helst nedgang i antallet bilreiser til og fra jobb, forteller Strand-Henriksen.

Og, ikke minst, tilbudet vil ikke bli skattlagt på noen måte.

Allerede har over 100 bedrifter sagt ja til å bli HjemJobbHjem-bedrift. Avtalen er gunstig og potensialet er stort. Foto: HjemJobbHjem



- Om folk tar bussen, sykler eller går til jobb én eller to ganger i uken – har vi oppnådd mye, sier Espen Strand-Henriksen.

- Det er vurdert av Skatteetaten, og i motsetning til for eksempel gratis busskort fra arbeidsgiver, må verken bedriften eller den ansatte skatte av denne fordelene, påpeker Strand-Henriksen.

Hver bedrift får en egen aktivitetsplan med oppfølging og motiverende tiltak som passer de ansatte best. Sykkelløftet er et eksempel på et av virkemidlene som kan inngå i en slik tiltakspakke.

REALISTISK MÅL

Strand-Henriksen tror det er godt mulig å få til en reduksjon i bilandelen for jobbreiser i regionen med 20 prosent, som er målet til HjemJobbHjem. Det vil i såfall være i tråd med Stortinget og regjeringens nullvekstmål.

- Det vil i stor grad handle om å endre vaner. Mange av oss har anledning til å

bruke bussen, sykle eller gå til og fra jobb – men vi er vant med å kjøre bil. Får vi først folk til å forsøke noe annet, er sjansen betydelig for at de fortsetter med det, tror Strand-Henriksen.

Stavanger-regionen er også inne i en tid der det vil skje svært mye både med kollektivtilbudet og tilretteleggingen for sykkel. Det er nok å nevne 50 kilometer med bussvei og sykkelstamveien mellom Stavanger og Sandnes. Tiden der nye næringsbygg reises med parkeringsplass til alle ansatte, er også forbi. Myndighetene vil ta i bruk både gulrot og pisk for å nå målet om en lavere bilandel.

- Alt kommer til å bli bedre og vi er en del av gulroten for å få folk til å endre vaner, fastslår Strand-Henriksen.

Pisken vet vi alle hva er, bompenger og den planlagte rushtidsavgiften.

Sykkelløftet

Fra januar 2017 blir Sykkelløftet en del av HjemJobbHjem. - Med etableringen av Hjemjobbhjem så blir Sykkelløftet en naturlig og viktig del av verktøykassen som skal bidra til at enda flere setter bilen hjemme oftere, sier prosjektleder Helmer Berre.

Sykkelløftet ble etablert i 2011 som et unikt samarbeidsprosjekt mellom Næringsforeningen, Rogaland fylkeskommune, Statens vegvesen, Stavanger og Sandnes kommune. Målsetningen var å få flere til å sykle til jobb minst én gang i uken. Med mer enn 6.000 deltakere fordelt på nesten 400 ulike arbeidsssteder fem år senere, så har Sykkelløftet fungert i henhold til intensjonen.

- Sykkelløftet har i løpet av de fem årene det har eksistert, blitt et velkjent begrep i regionen. De fleste assosierer det med inkluderende og positivt om hverdagssykling – for folk flest! Dette har bidratt til at Sykkelløftet har blitt et naturlig oppspillspunkt og dialogsenter for store og små sykkelsaker, fra politisk og strategisk og helt ned til hull i veibanen. Sykkelløftet har i så tilfelle levd opp til Næringsforeningens visjon om å være modig, dagsordensettende og et godt vertskap, sier Berre.

Som registreringsverktøy har det utviklet seg i tråd med brukere og bedrifters behov og erfaringer. Resultatet er at i dag så har flere store bedrifter gått vekk fra egne, interne registreringsverktøy og begynt å bruke Sykkelløftet for intern logging av sykling til og fra jobb, fordi det er enkelt, gratis og har lav grad av administrasjon.

- Nasjonalt er flere byer og regioner i dialog med oss for å duplisere Sykkelløftet. For oss betyr dette at vi kan fortsette å utvikle konseptet ved siden av at Hjemjobbhjem ruller ut flere sykkeltiltak som forsterker hverandre og

HJEMJOBBHJEM

- HjemJobbHjem er et målrettet tiltak og tilbud til bedrifter og ansatte i Stavanger, Sandnes, Sola og Randaberg for å redusere andelen som bruker bil til og fra jobb.
- Det er Mobilitetsgruppen som står bak HjemJobbHjem. Mobilitetsgruppen består av Rogaland fylkeskommune og Kolumbus, Statens vegvesen, Stavanger, Sandnes, Sola og Randaberg kommune.
- HjemJobbHjem gir hver bedrift som blir med en egen aktivitetsplan med oppfølging og motiverende tiltak som passer de ansatte best.
- Alle ansatte i HjemJobbHjem-bedrifter får gratis tilgang til Bysykkelen sine elsykler.
- Alle ansatte i HjemJobbHjem-bedrifter får mulighet til å kjøpe i HjemJobbHjem-billetten, som gir rabatterte månedskort for buss og tog i hele fylket.

blir en del av HjemJobbHjem



Sykkelløftet blir fra og med neste år en del av HjemJobbHjem og prosjektleder Helmer Berre følger med inn i HjemJobbHjem-organisasjonen.

Her er noen av de sykkeltiltakene som Hjemjobbhjem ruller ut i løpet av 2016:

- Test av elsykkel på arbeidsplassen – en ambulerende pool av elsykler som ansatte kan teste i opptil en uke av gangen. Tiltaket er i samarbeid med Spinn Sykkelshop.
- Prøvekjør elsykkel der du bor – Kan noen av reisene i ditt nærmiljø gjøres med elsykkel i stedet for bil? Vi gir deg mulighet til å prøve ut elsykkel som transportform i ditt lokalmiljø, du booker og henter sykkel på din nærmeste sykkelforhandler.
- Trygg sykkelparkering - Hjemjobbhjem setter opp sykkelparkeringshus som gjør at du opplever det praktisk og trygt å parkere ved kollektivknutepunkt og det blir enklere å kombinere sykkel, buss og tog.

gjør en bilfri arbeidsreise mer attraktiv for stadig flere. De som bruker Sykkelløftet vil i tiden fremover oppleve flere forbedringer og forenklinger.

Når Sykkelløftet nå blir en del av HjemJobbHjem, vil det på innholdssiden bli mer orientert mot de som er ny på sykkel.

- For å få enda flere deltakere med, vil vi legge opp til spennende utfordringer og konkurranser som gir de fleste mulighet til å delta, mestre og vinne, sier Berre, som etter hvert vil bli 100 prosent engasjert i Hjemjobbhjem-teamet med hovedansvar for sykkeltiltak.



NYBYGG PÅ HOLMEN

530 spennende m² midt i Stavanger sentrum.
Arkitekt: Haga & Grov. Leies ut samlet eller per etasje:
80-180 m². Innflytningsklart.

Kontakt: Erik Gilje 905 88 505
erik@gerimec.no
gerimec.no



- Før oppsøkte vi verden,

I løpet av få år er to av tre journalister i de største lokalavisene nedbemannet. Lesere og annonsører forsvinner og bruker heller tid og penger på sosiale medier. Gjør det noe?



TEKST:
STÅLE FRAFJORD

Folk flest opplever nok de tradisjonelle mediene som mindre interessante og nødvendige, sier den erfarne journalisten Finn Våga i Stavanger Aftenblad.

I løpet av de fem årene Våga har sittet som ansattrepresentant i styret i det mektige Schibsted-konsernet, har han tatt farvel med halvparten av sine kollegaer i Aftenbladet. For få år siden talte journalistklubben nær 200 medlemmer. I dag er man 70.

- Vi opplever den mest krevende og dramatiske epoken i bransjens historie. Noen sier journalistikken likevel aldri har vært bedre. Jeg er veldig uenig. Selvsagt lages det mye god journalistikk i dag. Men på det journalistiske koldtbordet er det få retter igjen. Med den aggressive nedbemanningen som nå skjer, svekker man den demokratiske funksjonen mediene har med å skape engasjert, kritisk, kunnskapsrik og informerende journalistikk.

Et steinkast unna sitter sjefredaktøren i Rogalands Avis, Bjørn Sæbø, og jobber med en ny nedbemanningsrunde. RA har i dag 20 ansatte. For noen år siden var man nærmere 60. I år må Sæbø må redusere staben med 25 prosent. Det handler om å overleve.

- For å sitere Hjallis: Man kan ikke gå på null. Man må ha ansatte. Men å si hvor grensen går er problematisk. Vi vet ikke hvor vi skal, vi vet egentlig ikke hva målet



Sjefredaktøren i Rogalands Avis, Bjørn Sæbø.

er og heller ikke hvor det kritiske punktet ligger. Men det er klart at vi nærmer oss noe. Det er jeg overbevist om, sier Sæbø.

LANGT FÆRRE

I år 2000 leste 77 prosent av nordmenn mellom ni og 79 år daglig en papiravis. I fjor var andelen 42 prosent. Mens 27 prosent brukte internett daglig ved tusenårsskiftet, er tallet i dag 87 prosent, viser tall fra SSB.

Så sent som i 2008 var netto reklameomsetning i dagspressen på 2,4 milliarder. I fjor var den i underkant av en milliard. Annonsering på internett har økt fra 970 millioner i 2010 til 2,64 milliarder i fjor.

Den norske mediebransjen har gjennomført kutt for over én milliard bare de siste to årene. De neste årene skal det kuttes ytterligere én milliard.

Bjørn Sæbø begynte i Rogalands Avis i 1993 og overtok som sjefredaktør i 2008. Han har jobbet både som journalist og politisk redaktør. Mentor Mediers kjøp av RA i 2014 har ikke forhindret nye nedbemanninger. Når fire-fem nye årsverk må bort i år, vil det merkes.

- Når man ikke lenger har nok folk til å dekke de ordinære tingene som leserne forventer, enten det dreier seg om politikk, bystyremøter, Oilers-kamper eller et møte i Næringsforeningen, samt ønske om våre egne saker, da har vi nådd grensen, sier Sæbø.

KONSEKVENSER

Finn Våga mener konsekvensene av den kraftige nedbemanningen og avisenes svekkede posisjon er åpenbare.

- På store og viktige områder i vår region skraiper vi bare på overflaten. Vi har ikke kapasitet eller kunnskap god nok til å trenge i dybden. Det gjelder blant annet i forhold til næringslivet. Det handler ikke bare om å kikke næringslivet i kortene. Men også om å skape et engasjement for næringslivet – ikke minst i en tid som nå. Aftenbladet burde være den som både overvåker, og som prøver å drive fram nye retninger for næringslivet ved å sette ting i en litt større sammenheng. Det skjer så mye spennende, næringslivet står i så mange utfordringer og både innbyggerne, mediene og ikke minst næringslivet selv er tjent med at det skildres.



Ifølge Våga finnes det ikke lenger ressurser nok å sette inn til å drive god gammel kritisk journalistikk på viktige samfunnsområder. Informasjonen til innbyggerne er mindre, og langt mer vilkårlig.

- Man er ikke like oppdatert på det som skjer og regionens utfordringer. Vi møter i liten grad folk. Nærheten til kildene og menneskene er redusert. Før oppsøkte vi verden, i dag ringer vi. Dette er ingen nekrolog over journalistikken. Mange kolleger produserer fantastisk journalistikk. Men ressursene og kraften er redusert. Det bekymrer meg.

Sosiale medier vil aldri overta avisenes, de digitale plattformenes og journalistikkens rolle, mener Våga. Heller ikke som meningsbærere og debattforum med de nødvendige krav til etterrettelighet og kvalitet.

- Mediene har i kraft av sin kunnskap muligheten til å løfte debattene opp på et litt høyere nivå enn gjennom ufiltrerte

i dag ringer vi til den



Finn Våga har jobbet som journalist i flere tiår, sitter i styret i Schibsted-konsernet og i Arbeidsutvalget i Norsk Journalistlag.

sosiale medier. De tilfører sjelden balanse og dybde, utfordres lite og settes i liten grad i en kontekst.

USIKKER

Bjørn Sæbø er usikker på framtiden.

- Papiravisen i ren form tror jeg det vil være håp for. Helgen vil være gode papirdager. Men jeg tror alle nå sitter på gjerdet og venter på at en av de store – av riksavisene eller regionsavisene – tar skrittet fullt ut og legger ned papirutgaven.

- Er noe av utfordringen til tradisjonelle medier at man er blitt for like?

- Vi blir nok oppfattet som for like, men noe av det som er mest utviklet de siste årene er meningsjournalistikken. Det gjelder ikke bare i Morgenbladet, Klassekampen og Dagsavisen, men også svært mange tradisjonelle dagsaviser. På den redaksjonelle dekningen blir vi kanskje

for like og springer i for stor grad etter de samme tingene. For vår del er det viktig at vi i større grad tør prioritere det unike og lokale.

Både han og Våga mener fraværet av journalister og sterkt svekkede lokalaviser har konsekvenser, både for regionen og næringslivet.

- Den vesentligste forskjellen på Aftenbladet før og nå er at vi er langt færre personer som overvåker regionen og skildrer og rapporterer fra verden der ute. Den fører også til at folks kontakt med mediene blir mye mer sporadisk. Vi ser det på tips og henvendelser som har gått kraftig ned. Journalistikken er blitt annerledes. Publiseringen skjer fort – noen ganger alt for fort, sier Våga.

FAMLER

Mens stadig flere bedrifter, organisasjoner

og privatpersoner blir publisister og rår over sitt eget materiale, famler tradisjonelle medier med hva som er ens egen publisistiske plan og retning. Det gjør også Aftenbladet, mener Våga.

- Vi tester, prøver og feiler. Men vi er nok blitt litt kjedeligere, litt mer forutsigbare og gråere enn før. Det skyldes først og fremst at breddejournalistikken er skadeskutt.

- Mindre nødvendige og mindre interessante?

- Ja, det er det folk der ute sier. Så er spørsmålet hvorfor nisjeaviser som Morgenbladet og Klassekampen vokser. Jeg tror det skyldes at de tilfører noe i form av kunnskap, innsikt, engasjement, debatt og har overtatt noe av den rollen vi hadde før.

Våga er også enig i påstanden om at skillene mellom journalistikk og markedsføring er i ferd med å utviskes, i alle fall i øynene hos den tradisjonelle leser.

- Jeg tror den jevne leser eller bruker har vanskelig å se om enkelte artikler i nettutgaven til VG eller Dagbladet er en ordinær redaksjonell artikkel eller betalt markedsføring.

MOTIV

I dag går fire milliarder annonsekroner til Facebook og Google. Også Facebook ser den klare sammenhengen mellom journalistikk og annonse.

- At børs og katedral opererer på samme plattform har alltid vært til fordel for begge. Vi trenger mediekonsern som ikke bare tenker inntjening, men også er villig til å se på journalistikken som en del av samfunnsansvaret og et demokratisk bidrag. Jeg savner et edlere motiv enn bare det økonomiske, sier Våga.

Utviklingen har gått så fort, at spørsmålet om å overleve er høyst reelt. De lokale mediene forsøker å tilpasse seg, men vet ikke helt til hva.

- Også vi er nok på vei bort fra papiret. Spørsmålet er om det blir undergangen, eller hvilke grep vi gjør for å kunne stå oss digitalt. Jeg tror ikke vi vil ha papiraviser hver dag, heller ikke at noen større aviser har seksdagers avis. Et eller annet sted på vei ned ser også VG at det blir for dyrt. Jeg tror ikke den dagen er så veldig langt unna og at vi får en fase der de fleste aviser vil ha solide helgeaviser i papir, men være digitale i hverdagen. Det interessante vil være hvordan vi klarer å utvikle de digitale løsningene. De må bli bedre. Vi er langt fra gode nok. Mediene har gjort en alt for dårlig jobb i forhold til betalingsløsningene. Man må tilby langt smartere løsninger. Sann sett har det vært en ulempe at de store mediekonsernene også har vært utviklingsselskaper, sier Sæbø.



Andreas Melvær og Silje Herget i Melvær & Co.

- Ideen er viktigere enn kanalene

Mange bedrifter har fortsatt en lang vei å gå i forhold til sosiale medier, mener Silje Herget i Melvær & Co.

Skal du legge ut noe på sosiale medier kreves det mye for å skape engasjement. For mange har de sosiale kanalene bare blitt enda en kanal hvor man publiserer akkurat det samme. Det er veldig få som har laget en strategi for hvorfor de skal være på Facebook, Instagram eller Snapchat.

Herget er selverklært digital junkie, gjestekommentator i Stavanger Aftenblad om sosiale medier og har holdt en rekke foredrag for næringslivet om temaet. Hun mener mange ikke er klar over hvor få de faktisk når gjennom sosiale medier.

- Jeg tror mange selskap tenker at alle andre er på sosiale medier. Da må vi også. Det kjekkeste jeg gjør er å si at nei, dere skal ikke være på sosiale medier. Det er vanskelig, spesielt om man ikke har ressursene. Noen er flinke. I mine øyne er DNB en av dem, med personifiserte artikler og tips som har nytteverdi.

Som leser eller forbruker hører man heller på mennesker enn på merkevarer, mener Herget.

- Det er her bedriftene kan vise frem hvem de er og få frem ansiktene. Det er en smartere måte å selge på. Men man driver fortsatt markedsføring og reklame, ikke journalistikk.

FORANDRES

Også for et reklamebyrå er mye endret seg, både i form av hvilke typer jobber som blir gjort og muligheten til å fortelle historier, sier daglig leder Andreas Melvær i Melvær & Co.

- Sosiale medier gir en utmerket anledning til å drive selvpromotering. For meg er sosiale medier nok en ting som ikke dreper det gamle, men som er et tillegg. Jeg tror ikke tradisjonelle medier dør ut, men de vil forandres seg hele tiden. Men ideen er viktigere enn kanalene. Man må ta utgangspunkt i det unike med selskapet og lage en kommunikasjonsplan hvor man får det fram. Så kan man tenke kanaler. Uansett må ideen komme først, ikke tall og flater. Har man en god idé, er mulighetene uendelige, sier Melvær.

Markedsføring og kundecontact på egne nettsider og i sosiale medier har hentet mye fra journalistikk, både i form av forbrukerartikler, personifisering, bilde bruk og videoproduksjoner.

- Det er helt klart at mange bedrifter bedriver kommunikasjon som minner mer om journalistikk. Fordi at man ønsker at forbrukeren skal oppfatte det som nyttig og ikke et selgende budskap. I sosiale medier skal man ikke selge for hardt. Man skal bedrive en merkevarebyggende aktivitet

som fremstiller seg selv som en "good guy". Sosiale medier er veldig betinget av folks følelser og deres psykologi. Man har lite lyst til å dele ting der man oppfattes som selgere eller pushere, men gjerne noe som er nyttig eller har en mereffekt, sier Melvær.

KJENNETEGN

- Hva kjennetegner dem som lykkes?

- De tar det seriøst. I disse bedriftene sitter sjefene for sosiale medier på voksenbordet, ikke nederst ved barnebordet, sier Melvær.

- De som virkelig lykkes er de bedriftene hvor ledelse, marked og kundeservice - jobber tett sammen. De færreste har det slik i dag, sier Herget.

Kundeservice blir mer og mer synlig i sosiale kanaler. Der er kommunikasjonen åpen - alle kan se det.

- Derfor blir den også viktigere for bedriftene. De som jobber der blir også mer og mer kompetente og vil få en annen status enn før, også lønnsmessig, mener Andreas.

- Men ikke alle har de store ressursene som kanskje kreves?

- Det er vanvittig krevende, og man må ha lyst. Da hjelper det å ha en leder som fronter det, og som byr på seg selv - også i private sammenhenger - i sosiale medier, sier Herget.

- Blir tradisjonelle medier mindre interessant for folk - både redaksjonelt og markedsføringsmessig?

- Det er uhyre vanskelig å si noe om framtiden, men de blir i alle fall en mindre del av kaken. De tradisjonelle mediene er jo heller ikke så tradisjonelle lenger. Jeg tror den største forandringen er at alt skjer så mye raskere nå. Men det kan virke som om man i større grad må spesialisere seg for å overleve, og at det er de generelle nyhetsmediene som i større grad vil slite, sier Melvær.

Hopper bukk over redaksjonene

Bare 16 prosent av bedriftene i regionen opplever i dag at papiraviser er viktige som annonseorgan. Halvparten mener markedsføring på sosiale medier er svært viktig.

Bedriftene står heller ikke i kø for å annonsere på avisene nettsider, viser en undersøkelse. Rosenkilden har foretatt blant over 300 medlemsbedrifter.

- Bedrifter hopper i stadig større grad over de tradisjonelle redaksjonene og annonseselgerne på vei til målgruppene sine, sier spesialrådgiver Henrik Arnestad Salthe i kommunikasjonsbyrået Gambit H+K.

Salthe – som er leder for Gambits kontor i Stavanger – har i vår ledet arbeidet med å lage en rapport om trender innenfor selskaper og organisasjoners mediehåndtering. Rapporten er basert på innspill og statistikk fra den internasjonale delen av selskapet, samt internasjonale akademiske arbeidere, i tillegg til norske data.

- Tradisjonelt har mediene vært en portvokter for selskaper som ville nå brede lag av befolkningen – enten kunne du betale en ganske høy pris for reklame, eller så kunne du gjennom mediekontakt komme deg i avisen, og slik treffe brede lag av befolkningen. Utviklingen internasjonalt er at stadig flere organisasjoner og bedrifter nå hopper over «portvokterne» i redaksjonene og annonsesalgsteamene på vei til målgruppene sine, og heller går rett til målgruppene, for eksempel ved å lage sitt eget innhold som deles i sosiale medier, sier Salthe.

Publiseringskanalene er mange, og omfatter både tradisjonelle mediekkanaler og nye kanaler – blant dem ulike sosiale medier. I tillegg er de aller fleste bedriftene for lengst på nett, og har selv hånd om hva som skal publiseres.

- Men vi ser at de som er virkelig gode ikke bruker så mye tid på å tenke spesifikt på hvilken kanal de skal bruke. De starter med en virkelig god idé, og utforsker den. Så kan denne ideen tilpasses ulike kanaler, sier Salthe.

MINDRE TID

- Hvordan forholder man seg til en

mediehverdag hvor tradisjonelle medier nedbemanner og får færre lesere og brukere?

- Journalistene har mindre tid, men samtidig flere flater å fylle. Vi får også færre journalister som dekker spesifikke fagfelt. Det betyr at organisasjoner som ønsker å få medieomtale både må henvende seg til journalister som gjerne ikke kjenner konteksten for saken de ønsker å få omtale for, og det betyr også at det er svært hjelpsomt om man kan bringe til bords materiell som gjør det lettere for journalisten å få en fullverdig sak – statistikk, infografikk, gode illustrasjoner, gjerne videoklipp og lignende.



Utviklingen internasjonalt er at stadig flere organisasjoner og bedrifter nå hopper over «portvokterne» i redaksjonene og annonsesalgsteamene på vei til målgruppene sine.

Det er tre kjennetegn på dem som lykkes i en digital mediehverdag, mener Salthe.

- Det ene er at man lytter til målgruppene sine. At så mye kommunikasjon nå foregår i åpne kanaler, gjør at man kan samle sammen veldig mye mer data og informasjon om omverdenen. Å gjøre dette, og systematisere og analysere det er første steg. Så ser vi at de som klarer å ha kreative ideer som grunnplanken i kommunikasjonen sin – lettere klarer å skjære gjennom «støyen» som er i offentligheten nå. Det tredje elementet



Spesialrådgiver Henrik Arnestad Salthe i kommunikasjonsbyrået Gambit H+K.

er egen innholdsproduksjon – altså det å selv lage og publisere engasjerende og brukervennlig innhold, som klarer å fange målgruppens interesse.

OMDØMME

Salthe tror ikke at bedrifter – som følge av at journalister og kompetanse forsvinner – i større grad har mulighet for å påvirke nyhetsbildet og sitt eget omdømme.

- Det betyr at det strengt tatt er vanskeligere å fange interessen til journalistene – man er som oftest mest interessert i å skrive saker om ting man kan litt om. På den andre siden er det jo da en del som velger å heller lage engasjerende stoff selv, og distribuere det gjennom egne kanaler. Med nye digitale flater og sosiale medier har ikke de tradisjonelle mediene «monopol» på distribusjonen. Selskaper har andre muligheter for å nå sine målgrupper.

- I hvilken grad utnytter norske bedrifter de mulighetene?

- Det varierer mye. De største norske bedriftene er gode på å bruke ulike tradisjonelle PR-virkemidler, som for eksempel medieomtale. De delene av næringslivet som er forbrukerrettet er også ganske flinke til å bruke nye kanaler slik som sosiale medier. Jeg ser likevel, sammenlignet med prosjekter og kunder vi jobber med internasjonalt, at særlig mellomstore bedrifter i Norge som ikke selger produkter og tjenester til forbrukere, men til andre selskaper, ikke har kommunikasjon så høyt på agendaen. Det er tankevekkende i en periode hvor mange bedrifter i regionen ser etter nye markeder for sine produkter. Ekstrem kommunikasjon er et sterkt verktøy for å skape nye markeder.

En helt ny verden

Bare i løpet av den siste måneden har 250.000 personer engasjert seg i det Avinor lokalt har publisert om eller fra Stavanger lufthavn på sosiale medier.

Det skjer gjennom gjennom liker-klikk, kommentarer eller delinger.

- For oss har det helt klart vært et skifte i hvordan vi bruker media, sier Elisabeth Strømstad, sjef for forretningsutvikling i Avinor ved Stavanger lufthavn på Sola.

Selskapet fikk en kickstart i overgangen til en annen mediehverdag i 2010 da askeskyen fra Island la seg som et teppe over deler av Europa.

- Da tok vi i bruk Facebook, og ble et senter for alle dem som skulle ut å reise. Facebook har blitt veldig viktige for oss. Sammen med vårt eget nettsted er dette våre absolutt viktigste flater i dag, sier Strømstad.

Tilgangen og fremveksten av sosiale kanaler har ført til en dramatisk endring

i hvordan Avinor deler informasjon med sine målgrupper. Før var en helsides annonse i Aftenbladet nok til å fortelle om ruteutvikling og kommersielle tilbud. I dag har Avinor alene 35.000 følgere i sosiale medier som har takket ja til å motta kommunikasjon fra selskapet, nyheter og informasjon de også deler videre med sine venner.

- Det må vi ivareta og behandle som gull, sier Strømstad.

Rekkevidden på det selskapet publiserer på Facebook alene er 100.000 personer. Det dreier seg om alt fra nyheter, informasjon, kundekontakt, bilder, konkurranser og events.

- Vi vil være relevante, bygger på med undersøkelser, research og relevant informasjon og planlegger på en helt annen måte rundt dette i dag.

- Er dere i mindre grad oppsøkende i forhold til tradisjonelle nyhetsmedier og mindre avhengige av dem?

- Vi bruker dem i alle fall mindre. Og flytter mer og mer av kronene over på ren markedskommunikasjon.

VIKTIGERE

Det krever tid og ressurser, både i form av raske tilbakemeldinger, jevn publisering på alle flater, tett oppfølging og økt profesjonalisering både i forhold til språk, fotografering, kvalitet, kunnskap om sosiale medier blant flere medarbeidere.

- Vi ser at dette blir viktigere og viktigere, sier Strømstad.

Avinor har tett kontakt med Fasett i forhold til sin markedsstrategi. Daglig leder i Fasett, Pål Hjort Berge, mener Avinor på mange måter er et stjerneeksempel på en bedrift som har lyktes i å kommunisere med sine kunder på egne premisser



Elisabeth Strømstad, sjef for forretningsutvikling i Avinor ved Stavanger lufthavn på Sola.

og i liten grad behøver å forholde seg til tradisjonelle medier.

- De gjør svært utradisjonelle kommunikasjons tiltak, gjerne stunts eller skreddersydde opplegg på flyplassen, og de bruker sosiale medier flittig. Avinor er svært aktive, sier Hjort Berge.

- Vi bruker eksterne i det arbeidet vi driver, og kanskje mer enn før. Det handler om at fokuset er vridd. Før dro vi til et reklamebyrå for å lage en reklame til avisen. I dag bruker vi et byrå for å løse problemer, sier Elisabeth Strømstad.

APPER

I disse dager lanserer også Avinor en ny og modernisert app som som vil gi kundene all relevant informasjon om flytider, parkering, priser, transport, tilbud, sikkerhetskontroll, avgangsinformasjon, handletips, vær og annen informasjon både om lufthavnen og destinasjonssteder.

Avinor gjennomfører også årlige kvalitative og kvantitative undersøkelser for å få økt innsikt om både kunder og deres forhold til lufthavnen. De viser at Facebook sammen med nettsiden blir ansett som de viktigste informasjonskanalene.

Bedriftens mål med bruken av sosiale medier er flere. Å dekke reisende sitt informasjonsbehov, åpne og bedre dialog med kundene gjennom økt tilstedeværelse og bygge forventninger i forhold til tilbud og produkter.

- Det skjer mye på en flyplass, og med det historier som også er hyggelig å dele med andre. Denne miksen av rasjonelle budskap, historiefortelling og gode tilbud er helt sentral i vår sosiale strategi – og den treffer bredt, sier Strømstad.



Avinor bruker stadig nye virkemidler for å kommunisere direkte med sine kunder.

KRANFØRERE OG ORDFØRERE

Vi har snudd ting før.

Uansett hva oljeprisen er: Verden trenger energi.

Det er i tider som dette at ny teknologi og nye ideer ser dagens lys. Sammen har vi snudd ting før, gjennom nyskaping, effektivisering og smartere samarbeid. Vi vet vi kan gjøre det igjen.

Nå er tiden inne for å møtes og planlegge fremtiden. ONS 2016 gir deg den siste innsikten, viser den nyeste teknologien – og løfter frem forretningsmuligheter.

Så vær der det skjer, velkommen til bransjens viktigste møteplass!

www.ons.no

Nyhet! Technical Sessions:

Utvid kunnskapen og øk kompetansen på ONS!

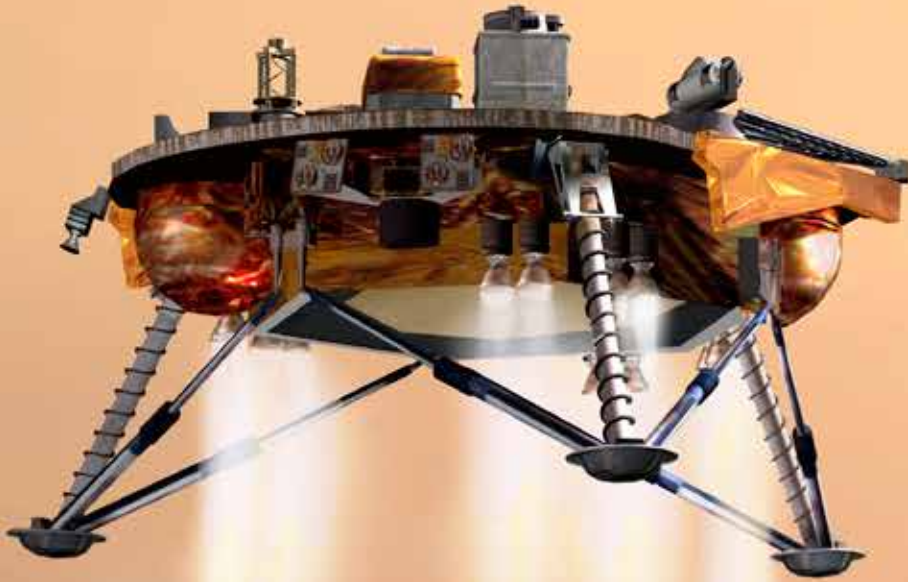


ONS 2016

EXHIBITION
CONFERENCE
FESTIVAL

29 AUG – 1 SEPT
STAVANGER – NORWAY

Med Pulpit til Mars



I likhet med Apollo sin månelanding i 1969, vil en landing og bosetting på Mars inspirere generasjoner til å tro at alt er mulig, mener Bas Lansdorp.

Pulpit er det engelske navnet på Preikestolen. Mye fint kan sies om Preikestolen, men den rager «bare» 604 meter over havet. Pulpit 2016 vil ta deg mye høyere. Helt til Mars. Grunnleggeren av det mye omtalte romprosjektet Mars One, Bas Lansdorp, blir en av foredragsholderne.



TEKST:
FRODE BERGE

Pulpit har siden 2012 utviklet seg til å bli en av de største og viktigste næringskonferansene i Norge. Konferansen preges av topp internasjonale foredragsholdere, spennende nasjonale og lokale bidrag, i tillegg til gode muligheter til å utvide personlige nettverk i det flotte konserthuset vårt.

Pulpit har alltid handlet om nyskaping og konkurransekraft. I år vil programmet være ekstra konkret, og spisset mot hvordan vi kan skape sterkere vekst i næringer også utenfor oljen.

Ikke alle er klar over at Norge er en betydelig romfarsnasjon, og enda færre er klar over at stadig flere bedrifter i Stavanger-regionen har ambisjoner om

FAKTA OM PULPIT

Pulpit er en av landets største næringskonferanser, og handler om nyskaping, omstilling og konkurransekraft. Denne møteplassen for faglig påfyll og inspirasjon avholdes i år for femte gang og datoen er 28. september. Pulpit arrangeres i et samarbeid mellom SpareBank 1 SR-Bank og Næringsforeningen, med Bavaria som sponsor.

å utnytte de mulighetene verdensrommet gir. Zaptec er et av selskapene som driver et omfattende innovasjonsarbeid knyttet til romfart, og Stavanger Forum har satt seg i førersetet for en regional dugnad med mål om å etablere Spaceport Norway. Dette skal bli en ny og internasjonalt ledende møteplass, utstilling og konferanse om romfart.

VIL TIL MARS

Næringsmulighetene innen romfart er bokstavelig talt astronomiske. Det handler om energi, materialteknologi, boretteknologi og kommunikasjonsløsninger, noe Bas Lansdorp vil anskueliggjøre på årets Pulpit.

Lansdorp er grunnlegger og administrerende direktør i Mars One. Et selskap med et av de mest hårete målene I forretningsverden anno 2016: Å etablere en permanent bosetting på Mars!

For Mars One og Lansdorp er en fast bosetting på Mars det neste store spranget i menneskehetens historie. Utforskingen av solsystemet som dette vil innebære, vil bringe menneskeheten tettere sammen. Mars er neste etappe i reisen ut i universet. Forskningen i kjølvannet av dette vil gjøre oss bedre i stand til å forstå opprinnelsen til alt liv, og menneskets plass i universet.

I likhet med Apollo sin månelanding i 1969, vil en landing og bosetting på Mars



Bas Lansdorp etablerte i 2011 selskapet Mars One. Målet er av den hårete sorten: Å etablere en permanent bosetting på Mars. Den 28. september kan du møte ham. Ikke på Mars, men på Pulpit 2016.

inspirere generasjoner til å tro at alt er mulig, og at det ikke finnes grenser for hva vi kan oppnå gjennom utholdenhet og hardt arbeid.

Bas Lansdorp er en utpreget entreprenør som ikke er redd for å gyve løs på heftige utfordringer. Utstyrt med et visjonært sinnelag og solide doser entusiasme gjør han inntrykk på de fleste med sitt engasjement for vitenskapen, og med målet om å etablere en bosetting på Mars.

- Siden etableringen av Mars One i 2011 har vi mottatt sterk støtte fra forskere,

ingeniører, forretningsmenn- og kvinner og selskaper innen romfart over hele verden. Da vi offentliggjorde Mars-planene våre i 2012, resulterte dette i et sterkt engasjement blant unge og gamle. I tillegg har vi mottatt mye finansiell støtte fra sponsorer og investorer. Å oppleve hvordan dette prosjektet nå utvikler seg, er som en drøm som blir til virkelighet, sier Bas Lansdorp.

Lansdorp er anerkjent som en svært dyktig og engasjerende foredragsholder, noe du vil oppleve i Stavanger konserthus 28. september!

Ditt neste kontor?

NE(S)T er et nyetablert kontorfellesskap i Ipark for deg som ønsker en fleksibel kontorplass i et spennende og innovativt miljø.

VIL DU VITE MER?
POST@IPARK-EIENDOM.NO
TLF 51 87 40 00
IPARKNEST.NO



Prisgunstig, gjennomdesignet og med alle fasiliteter inkludert:
Møte- og stillerom, sosiale soner, wifi, trimrom og kantine.





Nye tider med Gladmat

”Nye tider” er temaet for årets Gladmat-festival i sommer. - Det handler om utfordringer og nye muligheter som ligger foran oss, sier festivalsjef Mona Vervik.



TEKST:
TRUDE REFVEM HEMBRE
FOTO: HENRIK MOKSNES/BITMAP

Gladmat-sjefen har sittet i stolen i seks år nå og trekker fortsatt på smilebåndet av folk som tror hun kun jobber den ene uken i året. Det er mye som

skal på plass for at alt skal fungere optimalt. Gladmat jobber også for å være en positiv drivkraft og formidler av matkultur ellers i året, og har prosjekter i regionen utover sommerens populære festival.

Vervik er opptatt av å synliggjøre verdien av Gladmat og understreker at festivalen trenger næringslivet som en tydelig samarbeidspartner for å kunne

opprettholde folkefesten som en arena hvor det foregår mange spennende aktiviteter for regionens innbyggere. Det er plass til flere sponsorer til årets festival.

FORMIDLER AV MATKULTUR

- Hvordan vil du oppsummere betydningen av Gladmat?

- Gladmat skal skape verdier ved å være



- Det er ingen selvfølge at vi kan arrangere festivalen hvis vi ikke har næringslivet med på laget, sier festivalsjef Mona Vervik. Hun presiserer at samarbeid med næringslivet er avgjørende for at festivalen skal bestå i kommende år som viktig bidragsyter til regionen.

den viktigste formidleren av matkultur i Norge, hvor festivalen er et utstillingsvindu for matproduksjon, gastronomi og matkultur. Festivalen er en arena hvor forbrukere og foredlere av mat møtes. Årets festival blir den 18. i rekken, og er et av Norges største kulturarrangement. Vi forventer rundt en kvart million besøkende i løpet av de fire dagene festivalen pågår. Hundre utstillere tilbyr lokal mat og en smak av verden.

Gladmat skaper verdier for hele regionen og bidrar til flere titalls millioner i omsetning samt bred pressdekning. Både produsenter, hotell- og restaurantnæringen, reiseliv generelt samt taxi- og transport og butikker blir påvirket.

Årets festival blir den 18. i rekken, og er et av Norges største kulturarrangement. Vi forventer rundt en kvart million besøkende i løpet av de fire dagene festivalen pågår

99

PÅVIRKER REGIONENS OMDØMME

- Gladmat-middagen vil jeg si kan regnes som en institusjon. Tidligere ble middagen arrangert i telt i Vågen med rundt 1.000 gjester. I år har vi inngått samarbeid med tre av byens spisesteder for å få publikum til å bruke restaurantene i større grad, både under Gladmat, men også ellers i året.

Bølgen & Moi, Fish & Cow og Renaa Matbaren er de tre restaurantene som i år tilbyr Gladmat-middagen. Vervik påpeker at middagen er en ypperlig arena for næringslivet til å invitere med seg kunder, samarbeidspartnere og ansatte.

Gladmat er imidlertid for folk flest, for foodies og andre matglade mennesker. Her kommer et tverrsnitt av befolkningen i alle aldre.

- Kokkene pleier å si at Gladmat er deres 17. mai! Vervik er glad for det. Folkefesten bringer folk sammen, og festivalen er sånn sett viktig for både trivsel og regionens omdømme.

GLEDE, ENGASJEMENT OG SKAPEREVNE

De grunnleggende verdiene som skal gjenspeile aktivitetene under festivalen er: Gled, engasjement og skaperevne.

- Nye tider handler blant annet om utradisjonelle råvarer, og om å utnytte ressursene i råvarene, eller bruke tradisjonelle råvarer på nye måter. Det handler om å benytte nye og ukjente spiselige maritime arter som tang og tare, nye fiskearter som rognkjeks, eller ville vekster som er gratis! I år skal vi blant annet ha kokker fra Asia som tilbereder tradisjonelle norske råvarer som sild på nye måter. Nye tider kan også bety fokus på optimal ressursutnyttelse av råvarer. Det å tenke bærekraft fra hode til hale, og bruke hele fisken, dyret eller planten. Folk kan legge så mye i begrepet Nye tider, forteller en engasjert festivalsjef.

TETT PÅ TRENDENE

Vervik påpeker at festivalen skal være aktuell og vise trender, til inspirasjon for måltidsnæringen og publikum generelt. Hvert år presenteres minst én nyskaping. I fjor startet "Kokepunktet", en fagkonferanse for kokker og matbransjen for øvrig. Konferansen foregår på tirsdagen, dagen

før festivalåpning. Her tas aktuelle problemstillinger opp, og i tillegg er arrangementet en viktig møteplass for bransjen. Hun er glad for å ha Rogaland Fylkeskommune som en god støttespiller på fagkonferansen, som i år blir på Tou Scene.

Ved Tollboden arrangeres for tredje år på rad en festival i festivalen: "Malt & Humle" hvor 18 norske bryggerier deltar.

- En bragd i seg selv, mener Vervik og oppfordrer alle som er nysgjerrig på nye ølsorter om å komme og lære mer om mangfoldet.

Festivalgjester kan også besøke området "Blå fristelser", øremerket den blå næringen, støttet av Nærings- og fiskeridepartementet.

Videre er Stavanger-regionen internasjonalt orientert med mange utenlandske bedrifter og ulike kulturer. Derfor er området "Smak av verden" på Strandkaia en viktig kulturbærer, understreker festivalsjefen. Dette området utvikles ytterligere til årets festival med foodtrucks og et stort veggmaleri som skal avdukes under festivalen.

- I fjor ble også Gladmat-stipendet delt ut for første gang. Da gikk 50.000 kroner fra Inge Steenslands stiftelse til restauranten Renaa.

Vervik håper de kan opprettholde dette stipendet i den videre satsingen for å stimulere til nyskaping og utvikling.

STAVANGER ER MATHOVEDSTADEN

Gladmat er et viktig verktøy i regionens omdømmebygging, både som reiselivsdestinasjon og for å tiltrekke seg ny næring.

- Det handler om oss som bor her. Gladmat er mer enn telt i Vågen. Det er en spennende arena hvor restauranter, lokale og nasjonale produsenter blir løftet fram. Vi bruker mye ressurser på å vise fram byen fra sin beste side, og det er viktig når riksmidlene kommer på besøk.

I år feires festivalen over enda større deler av sentrum, Torget og Fargegata inkludert.

- Vi vil være mathovedstaden, konstaterer festivalsjefen.

Da er det viktig å ivareta den oppvoksende generasjonen. Gladmat er opptatt av å tilby attraktive aktiviteter for barn og unge. Hvert år de siste årene har rundt 600 barn deltatt på gratis matkurs. Det handler om matglede og opplevelser, og på dagtid er mange av aktivitetene tilrettelagt for familier.

- Det finnes noe for alle, også i år; gratiskonserter, gladmatretter til 30 kroner og mange muligheter for publikum å ta del i nye og spennende matopplevelser.

Mer enn halvparten av byens befolkning var på Gladmat i 2015. Mange setter av siste uken i juli og inviterer tilreisende gjester under festivalen.

- Det er fantastisk når vi tenker på at det er midt i fellesferien, og vi klarer å trekke gjester nasjonalt og internasjonalt. Vi er en av Nordens største matfestivaler og stolte over at hele regionen vil være med å feire, avslutter Gladmatsjefen.

Det er bare å glede seg!



Slik skal prosjektet se ut når et er ferdig. Illustrasjon: Helen & Hard

Bjerkreim satser på økogrend



- Lokalsamfunnet har gitt tanken om en økogrend en rask og positiv mottakelse her i Bjerkreim, spesielt er det gøy å legge merke til at de yngre setter pris på dette, sier Rune Gåsland.

Bjerkreim Trelast og Bjerkreim kommune har vært kjappe til å gripe etter mulighetene når det gjelder å etablere en ny type boligbygging i Rogaland. På rekordtid har kommunen honorert tanken om å bygge en økolandsby ved å stille til rådighet særs gjeve tomter på Vikeså - bare 150 meter fra barnehage og 500 fra skole. Prosjektet er et samarbeide mellom arkitektfirmaet Helen & Hard og Filago AS, som har gjort lærerike erfaringer i Hurdal, kjent fra en TV-serie om emnet.



TEKST OG FOTO:
JOHAN AAKRE

Lokalsamfunnet har gitt tanken om en økogrend en rask og positiv mottakelse her i Bjerkreim, spesielt er det gøy å legge merke til at spesielt at de yngre setter pris på dette. Vi i byggebransjen må se etter nye løsninger, sier Rune Gåsland i Bjerkreim Trelast AS.

Han peker på at målgruppen for en økogrend er bevisste folk med normal kjøpekraft og et åpent sinn, gjerne med ekstra sans for fellesskap og det å leve i balanse med naturen. De tror han det er mange nok av i Rogaland.

Det var entusiaster som startet i Hurdal, de fikk så drahjelp med realiseringen fra utbyggerne Filago. Deretter kom Hurdal kommune med. Med hjelp fra Helen & Hard i Stavanger, har tankegodset blitt retningsgivende for utvikling av sentrum i Hurdal. I slike prosjekter brukes

egenutviklede aktivhus, som betyr at de er «naturlig pustende» heltrehus og smarthus selvforsynte med energi.

GÅRDSTUN

De plasseres slik at de minner om noe midt mellom et gammeldags gårdstun og del av en landsby. Det legges til rette for hagebruk og dyrking på fellesarealer, eget grendehus og vekt på fellesfunksjoner. I en økogrend trenger ikke alle ha hver sin gressklipper, for å si det slik.

- Konseptet skal nå videreføres i en enda bedre utgave, sier Gåsland.

Han forteller at han og Pete Seglem fikk ideen da de hørte Hurdalsrådmann Lillian Nærem på et møte i Næringsforeningen.

- Vi ble grepet av entusiasmen og hev oss rundt for å besøke dem, lære og forstå. Vi fant tonen, og denne tonen forplantet seg videre i kommunen og lokalmiljøet. Det spennende og nyskapende elementet gjorde at kommunestyret på kort tid stilte skrånende, vestvendte arealer til disposisjon like ved Vikeså.

LANGVEIS FRA

- Nå venter vi på takst for området, før vi sjekker markedet først og fremst gjennom sosiale medier. Mulige interessenter er ikke bare i Rogaland. I Hurdal opplevde man at folk flyttet langveis fra. Det virker som yngre folk har mer og mer sans for ekthet og at dette er en del av det framtidssamfunnet vi kan vente oss, forteller Gåsland.

Område bygges ut i etapper etter hva markedet etterspør, det er lagt opp til rundt 80 boenheter på tomten som nå stilles til disposisjon.

- I god øko-ånd vil vi bruke mest mulig lokale muligheter med byggevarer fra sagbruk og vindusfabrikanter.

Prosjektet eies og drives av Bjerkreim Trelast, mens Filago og Helen & Hard har utviklet konsept og løsninger.

- Bygda begynner å ta del i tanken, og for meg personlig er det sabla inspirerende at datteren min på 14 år er blant dem som heier på oss. Det gir mening og inspirasjon, samtidig som jeg personlig synes dette hadde vært veldig kjekt å få til, sier Rune Gåsland.

VI TOK DET GRØNNE SKIFTET ALLEREDE I 2010!

Norges mest effektive næringspark!

Unik mulighet til å realisere ditt miljøvennlige kombibygget nå!

Første fase er kostnadsfri og uforpliktende for dere!

Første fase: Du får totalrådgivning knyttet til drift, investering og finansiering – samt prospekt på tomt og bygg i Kverneland Næringspark.

Velkommen til en spennende prat!



TOTALKONSEPT
FOR REALISERING AV KOMBIBYGG

TOTAL- RÅDGIVNING

- Rådgivning knyttet til byggeprosess, drift, investering og finansiering.
- 40 års erfaring med totalkonsept.

Lavere totalkostnad

TOMT

- Klargjorte tomter
- Fleksible løsninger for tomtestørrelser

BYGG

- Energiklasse A
- Geovarme/kjøling
- Kortreiste, tunge materialer
- Lang levetid
- Driftseffektive bygg

Best mulig løsning

Realiserbart

FINANSIERINGS- STØTTE

- I et stramt marked har vi muskler til å være finansiell hjelper frem til du sitter som herre i eget hus.

Kontakt oss
 gjerne for en prat:



**KVERNELAND
NÆRINGS-PARK**
EFFEKTIVITET ENERGI MILJØ

Per Steinar Lothe, gründer
976 98 866, psl@lothe-solutions.no
Web: kverneland-naeringspark.no



**LOTHE
SOLUTIONS**
SYSTEM ENERGI EFFEKTIVITET

Siv-Grete Lea, daglig leder
906 51 288, sgl@lothe-solutions.no
Web: lothe-solutions.no



FINN Plassen for deg og din bedrift i Stavanger sentrum

ANKERKVARTALET

Ankerkvartalet befinner seg midt i Stavangers CBD (Central Business District) og markerer seg som et unikt sted for næringsvirksomhet med ledige kontorlokaler for 1-100 ansatte. Området er tett ved Stavangers fremste kommunikasjonsknutepunkt med buss, tog, båt og flybuss.



Se full oversikt ledige lokaler – ankerkvartalet.no





Skremmende mange norske bedrifter er misfornøyd med regnskapsføreren

Å bytte er mye enklere og langt billigere enn du tror

TEKST & FOTO CREOBOX

De siste ti årene har det blitt vanligere og enklere å bytte alt fra bank og forsikringsselskap til regnskapsfører. Likevel viser en undersøkelse gjort av Regnskap Norge at mer enn halvparten av alle selskap over 20 ansatte ikke er tilfreds med dagens situasjon. Så hvorfor velger såpass mange å bli værende?

-Det å bytte regnskapsfører skal være en enkel prosess. Hvis regnskapsbyrået tar styring, setter seg inn i utfordringene til bedriften og tar riktige avgjørelser fra første stund går det etter min erfaring smertefritt, forklarer Kim Pettersen, daglig leder i Jansson og Larsen Regnskap (JLR) i Stavanger.

-Vi opplever at kunder har tre veldig vanlige bekymringer ved bytte av regnskapsfører. De fleste frykter at det vil bli mye arbeid, veldig dyrt og at det tar lang tid. Slik skal det ikke være så lenge regnskapsbyrået gjør jobben riktig, poengterer Pettersen.

ENKELT FOR BEDRIFTEN

Da blir det enkelt for bedriften, ettersom meste-

parten av arbeidet ligger hos den nye regnskapsføreren. For bedriften som bytter er jobben langt mindre omfattende enn mange tror. Først leverer du en skriftlig bekreftelse på at du ønsker å bytte til ny regnskapsfører, så må dere sammen bli enige med gammel regnskapsfører om hvilken dato flyttingen skal gjennomføres.

Derfra tar ditt nye regnskapsbyrå over, og gjør resten av jobben. De melder bytte av regnskapsfører i Altinn og hjelper til med opplæring og innstilling hvis du skal bytte regnskapssystem. I tillegg flytter de alle historiske tall inn i det nye systemet slik at alt er klart til byttedato.

-Det er liten belastning på selskapet hvis regnskapsbyrået gjør jobben sin og følger opp kunden underveis, forklarer Pettersen som mener at det nå etter årsoppgjøret er et naturlig tidspunkt å vurdere bytte.

VERDT Å BYTTE

Pettersen forklarer at rollen til en dyktig regnskapsfører er langt mer enn å bare føre tall inn i riktig

skjema. En god regnskapsfører skal følge med og gi råd, og dermed bidra til å både heve topplinjen og senke bunnlinjen hos kundene sine.

-Jeg synes det er urovekkende hvis man velger å bli værende hos en regnskapsfører som ikke tar deg på alvor. Det er mest sannsynlig veldig reelle grunner til misnøyen din, da bør man ta en vurdering basert på det økonomiske perspektivet, sier Pettersen som mener at en faglig sterk regnskapsfører vil lønne seg på sikt.

BRØT MED STATISTIKKEN

Stina Sola Haugland, økonomisjef i SV Betong var tidligere en del av statistikken blant de store bedriftene. Hun ønsket et moderne og effektivt system, samt mer personlig oppfølging til SV Betong og deres under- og søsterselskaper, som i fjor hadde en omsetning på omtrent 570 millioner kroner.



◀ **Valgte JLR:** Da vi bestemte oss for å ta steget utfordret vi ulike byråer til å effektivisere driften og forenkle både økonomi- og prosjektstyring. Valget falt på Jansson og Larsen, sier Stina Sola Haugland, økonomisjef i SV Betong.

▲ **JLR hjelper ved bytte:** SV Betong hadde omfattende utfordringer og ønsket en regnskapsfører som forsto deres behov. Kim Pettersen, daglig leder i Jansson og Larsen regnskap syns det er urovekkende at så mange blir værende hvis de er misfornøyd.

“

"Tidsbruken ved bytte var en liten investering. Vi har fått mer effektive prosesser, bedre rapportering og en forenklet arbeidshverdag."

“

—
-Stina Sola Haugland, økonomisjef i SV Betong

-Da vi bestemte oss for å ta steget hadde vi noen klare utfordringer til regnskapsbyrået som skulle ta over stafettpinnen; hjelp til å effektivisere driften og forenkle både økonomi- og prosjektstyring, poengterer Haugland før hun fortsetter,

-Vi hadde et system som var tungt og tregt. Det var ofte vanskelig å tolke fakturaer og prosjektføre kostnader og det var lange godkjenningsrutiner på bilag og fakturaer. Dette førte til utrolig mye papirarbeid. Når du har 13-14 tusen inngående fakturaer i året, så går det mye tid bort, hvis du ikke har kontroll på hvilke prosjekt kostnadene tilhører, forklarer økonomisjefen.

Haugland lener seg tilbake i stolen og smiler før hun fortsetter på den brede nærbødialekten,

-nå derimot, nå har vi et system som bare virker.

SMERTEFRITT BYTTE

Haugland kom til selskapet fra en stilling som revisor og hadde inngående kjennskap til regnskapsbransjen i regionen. Selv om hun hadde meninger om veien videre husker hun at SV Betong var nervøse da de skulle bytte regnskapsfører.

-Du vet jo ikke hva du går til, selv når du ikke er fornøyd så er du aldri garantert at gresset er grønnere på andre siden, forklarer hun. Hun tenker seg om før hun fortsetter,

-for vår del så var gresset grønnere på den andre siden, veldig mye grønnere, smiler hun.

Mange regnskapsbyrå i regionen var inne med frierbrev hos SV Betong og prosessen med å velge tok

flere måneder. Til slutt falt valget på JLR ettersom de satte seg nøye inn i ulike problemstillinger og presenterte både systemer og løsninger som passet behovene.

-Jansson og Larsen er enormt langt fremme i måten de jobber på, mener Haugland og skryter av regnskapssystemet de nå har, med alt fra webportal og EHF til effektive og ryddige rapporteringsmuligheter.

-Systemene de presenterte var det vi hadde drømt om, ler Haugland som forklarer at det var viktig for henne å samarbeide med det regnskapsbyrået som var opptatt av å skape god flyt i deres organisasjon. Hun forteller videre hvordan JLR satte seg inn i bedriften, lærte alle involverte opp i systemene og beskriver dem som nøye, interesserte og kompetente.

-Når vi skulle bytte var den største kostnaden intern tidsbruk, som gikk med til å lære opp ansatte i det nye systemet. Men det var en liten investering som fort ble tilbakebetalt i form av effektiviserte prosesser, bedre rapportering og en forenklet arbeidshverdag, avslutter økonomisjefen.

Jansson & Larsen Regnskap As
51 84 66 80 | kim@jlr.no

”

Sammenlikner vi oss med utenlandske ritt, opplever jeg nok at vi nordmenn har et større konkurranseinstinkt enn andre.

Siri Ommedal



Siri Ommedal har jobbet mange år innenfor varehandel. Hun hadde vært senterleder for både MagasinBlaa og Tvedtsenteret, før hun overtok og ble daglig leder i Sandnes sentrum.

På pedaler inn i fristelsen

Det Siri Ommedal (46) brenner mest for når sommeren nærmer seg, er tanken på å friste den som ennå ikke har hatt nærkontakt med et sykkelsete ut på eventyr.



TEKST:
STÅLE FRAFJORD
FOTO: MARKUS JOHANSSON/BITMAP

Eventyret kan gjerne være en mil eller ni mellom Egersund og Sandnes, formodentlig en lunken og vindstille sommerdag i juni.

For noen av dem som tidligere har latt seg lede inn i fristelsen, men som møtte veggen i form av våt, ugjennomtrengelig og iskald nordvestlig vind lenge før Tubakken, ble eventyret en engangsforeteelse. Men selv for mange av dem er Nordsjørittet et minne for livet som man oftere og oftere drar frem når kalenderen nærmer seg juni.

Værgudene har daglig leder for Nordsjørittet, Siri Ommedal, liten kontroll på. De som kjenner henne mener hun har stålkontroll på alt annet.

Så også i år. Lørdag 11. juni vil på nytt titusener lettere nervøse, forventningsfulle eller konkurranseklare syklistene – med ulik opptrening og ambisjoner – la seg lokke opp på sykkelsetet. De aller fleste av dem med ett enkelt mål for øye: Å komme seg helskinnet fra Egersund til Sandnes sentrum, med en god opplevelse i bagasjen og vissheten om at man seiret over seg selv – eller kanskje slo arbeidskollegaen man tapte for i fjor.

SIRI OMMEDAL

- » Alder: 46
- » Sivilstatus: Samboer, tre barn
- » Bosted: Sandnes
- » Aktuell: Leder for Nordsjørittet

Målet var å skape en folkefest, det har Nordsjørittet også klart. I år vil trolig mellom 8.000 og 10.000 være påmeldt når dagen kommer.

FOLKEBEVEGELSE

- Nordsjørittet har hatt magiske deltakertall i forhold til størrelsen på regionen. Det er en folkebevegelse som har vært med oss. En av suksessene har vært alle lagene fra bedriftene. Vi har hatt opp mot 450 lag som har deltatt, hvor selskapene har sett på Nordsjørittet som sitt sosiale helseforetak. Selv om også vi merker at mange bedrifter sparer for tiden som følge av endringene i regionen, opplever vi at bedriftene både ser nytten av at ansatte holder seg i form og på folkefesten som noe attraktivt. At deltakertallet justerer seg inn mot et mer normalt nivå sett i forhold til folketallet, er naturlig, sier Ommedal.

I mange år har Nordsjørittet også opplevd det samme som de mørkeblå på Viking stadion: Det er ikke alle som har løst billett i forkant som dukker opp. Ved tidligere ritt har så mange som 20 prosent aldri møtt til startstreken.

- Det tror vi at vi vil se en endring på i år. Bedriftene har ikke vært like rause med å melde på folk, og det har vi også gjort et forsøk på å justere. Vi har ikke hatt noe ønske om at bedriftene skulle stikke av med alle billettene. Vi ønsker å ivareta enkeltsyklisten også. Får vi om lag 8.000 til å sykle i år er vi veldig fornøyd.

BUSSLASTER

- Er det mange tilreisende som kommer?

- Ja, over 50 nasjoner har vært representert, og vi har hatt deltakere fra over 200 kommuner. Det kommer busslaster og sykkeltransporter fra Bergen og østlandsområdet, noen flyr inn fra blant annet England og Island. Det er veldig hyggelig.

- Betyr det også at dere reiser utenlands for å promotere rittet?

- Ja, men her har vi et stort potensiale. Vi er få i administrasjonen og ressursene er deretter. Men er vi er til stede på andre ritt, som i Ålborg nå i vår, og bruker tiden til å promotere Nordsjørittet.

- Med satsingen på reiseliv har jo også Nordsjørittet en naturopplevelse å tilby i tillegg til konkurranse og folkefest?

- I forhold til reiseliv er det mye kjekt på gang. Sykling har blitt løftet opp noen hakk blant dem som jobber med dette. Potensialet er stort, men det fordrer at flere setter sammen og tar tak i det på en ordentlig måte. Det handler både om tilbud i form av sykkelutleie, oppbevaring, smøring av nistepakker på hoteller og overnattingssteder og andre små og store ting som er med på å legge forholdene til rette. I dette området kan vi sykle nesten året rundt, men vi har nok tidligere opplevd at vi har priset oss selv ut i forhold til blant annet dyre hotellrom. I dag er det er like dyrt for oss å dra til Danmark som det er for danskene å komme til oss.



- Den avslappende syklingen fortjener mye større oppmerksomhet og burde komme mye mer frem i lyset, sier Siri Ommedal.

- Bortsett fra det kalde ølet?

- Ja, det er faktisk det de peker mest på - at bayeren er for dyr i Norge.

FRA STYRET

Siri Ommedal har jobbet mange år innenfor varehandel. Hun hadde vært senterleder for både MagasinBlaa og Tvedtsenteret, før hun overtok som ble daglig leder i Sandnes sentrum. Allerede på det tidspunkt var hun en del av styret for Nordsjørittet. Da tidligere daglig leder for rittet, Eli Orre, sluttet og dro til Bergen, trengte ikke styret gå langt for å finne erstatteren.

- Jeg hadde jobbet i Sandnes sentrum i ett år, følte at det gikk bra og trivdes godt. Men da dette kom opp, tenkte jeg at om jeg noen gang skal jobbe med idrett- og arrangement må jeg gjøre det nå, før jeg blir for gammel.

- Hvorfor havnet du inn i styret i utgangspunktet?

- Det var i alle fall ikke fordi jeg var syklist. Jeg er nok mer en normal mosjonist som liker å gå på tur, enten til fots eller på ski, som har bakgrunn fra fotball i Lura. Men jeg har alltid syklet, og brukt sykkel som fremkomstmiddel. Den brukte jeg hver dag. Da Nordsjørittet ble til og jeg var senterleder etablerte jeg et jentelag som deltok i Nordsjørittet. Jeg ble engasjert, fikk en god dialog med de ansvarlige bak rittet og ble utfordret av styreleder.

BEGEISTRING

For Ommedal blir årets Nordsjøritt det fjerde i rekken hun har ansvaret for. 46-åringen har også syklet rittet fire ganger.

- Er du blant dem som er med for turen eller som sykler for livet for å slå tiden fra i fjor?

- Første året, da jeg var lagleder og ikke visste helt hva vi gikk til, var det ekstra spennende. Vi hadde flotte treningsturer

Full kontroll i

40 år

Fra penn og papir til regnskap i skyen.

Riktig system og god oppfølging gir deg full kontroll. Ta kontakt for å høre hva vi kan gjøre for din bedrift.


JANSSON & LARSEN
REGNSKAP

Tlf: 51 84 66 80 | www.jansson-larsen.no

sammen, hvor vi både fikk sett regionen og hadde det hyggelig. Det ga meg en god følelse og var med å skape begeistring. Samtidig er jeg nok også blant dem som liker å kjenne på å utfordre sin egen komfortsone og å ha det litt vondt. Jeg tror det er med på å utvikle oss positivt. Det første året jeg deltok kom jeg i mål, men hadde masse energi igjen. Året etter var det tøffere, men tredje året bestemte jeg meg for å nyte turen og løfte blikket. Men jeg skal innrømme at jeg er blant dem som har lyst til å gjøre det ok og kjøre litt på.

- Hvorfor blir så mange så gira når man har passert førti og skal delta i slike ritt eller løp?

- Vi prøver å knekke de kodene. Sammenlikner vi oss med utenlandske ritt, opplever jeg nok at vi nordmenn har et større konkurranseinstinkt enn andre. Jeg vet ikke om det ligger innebygd i oss, kanskje har det noe med at vi har det så godt her at vi liker å presse oss litt også. Om det ikke handler om å vinne, dreier det seg kanskje om å forbedre sin egen tid, konkurrere med seg selv, levere. Men vi har de siste årene lagt opp til at de som ikke ønsker det kan la være å konkurrere. Enten i form av at man sykler uten tidtaking, eller i egne puljer når man vet at man vil bruke lengre tid. Vi ser hvor hyggelig det er for

mange å bare komme i mål og bruke dagen som en flott tur og opplevelse.

TRANSPORTMIDDEL

Undersøkelser viser at om lag 14 prosent av deltakerne mener det er konkurranseaspektet som er viktig i Nordsjørittet. Det store flertallet måler ikke pedalene i gram eller legger om kosten en uke i forveien for å presse ned tiden med noen minutter eller sekunder fra i fjor.

- Det er ikke noe spesielt høyt tall. De fleste deltar fordi man ønsker å utfordre seg selv eller ha en flott opplevelse. Men det er kanskje de med det største konkurranseinstinktet som snakker høyest og er mest opptatt av utstyret og det som følger med, sier Ommedal.

Sykkel som trening har vært i vinden både nasjonalt og lokalt de senere årene. Som transportmiddel har ikke sykkel nådd de samme høydene. I en bilfokuset region har heller ikke kilometer og mil med sammenhengende sykkelveier ligget øverst på politikernes prioriteringslister. Men det er en endring på gang. Det er Ommedal glad for.

- Den avslappende syklingen fortjener mye større oppmerksomhet og burde komme mye mer frem i lyset. Det å bruke sykkel som transportmiddel – og komme seg fram fra a til b uten å måtte ta en dusj -

er jo fantastisk. Vi må ikke være for strenge mot oss selv. Mange bedrifter har vært flinke til å legge forholdene til rette for å kunne sykle til jobb.

Selv skulle hun gjerne ha syklet mer. Men også hun er avhengig av bil i jobben når møter skal avholdes og besøk avlegges.

- Jeg må nok innrømme at jeg var flinkere før.

RINGVIRKNINGER

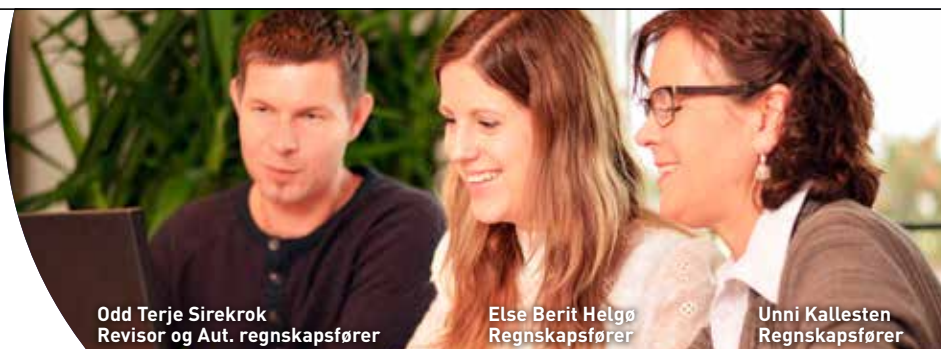
I motsetning til mange andre arrangører merker ikke Nordsjørittet den samme graden av tørke i sponsormarkedet. Budsjetter i år er på rundt 14 millioner kroner – og så langt ser 2016 ser positivt ut.

- Nordsjørittet har mange gode og trofaste sponsorer. De gir oss mulighet til å jobbe med kvalitet og utvikle oss. Vi er nok ikke overdrevent kostbare, og vi er veldig takknemlig over for sponsorene. Nordsjørittet er også mye mer enn en sykkelritt fra Egersund til Sandnes. Vi betaler 500 frivillige, det vil si klubber og lag, som igjen drar nytte av det Nordsjørittet er. For dem er det hele en god inntektskilde. Samtidig innebærer Nordsjørittet en god markedsføring av regionen, og gir positive ringvirkninger for både hotellbransje, varehandel og andre aktører. Det må man heller ikke glemme.



K A L L E S T E N

Revisjon og Regnskap AS



Odd Terje Sirekrok
Revisor og Aut. regnskapsfører

Else Berit Helgø
Regnskapsfører

Unni Kallesten
Regnskapsfører

Lei av usikker og gammel regnskapsinformasjon?
HOS OSS FÅR DU LØPENDE OVERSIKT – DAGLIG!

Gjennom effektive nettbaserte løsninger har du alltid tilgang til oversiktlig og kvalitetssikret regnskapsinformasjon. Få oversikt over likviditet, resultat, prognoser og nøkkeltall – når du selv ønsker det, like enkelt som i nettbanken.

TVERRFAGLIG KOMPETANSEHUS

Våre 22 ansatte arbeider løpende med faglig oppdatering for å kunne veilede deg og kvalitetssikre din regnskapsinformasjon. Ved å samle revisjons- og regnskapskompetanse under samme tak, får du tilgang til hjelp og veiledning innen et bredt spekter av fagområder.

Vi gir deg
KONTROLL

Roxel griper mulighetene

Roxel blir ofte nevnt som stjerneeksempelet på omstilling. Møt selskapet som både ser mulighetene og evner å gripe dem!

Dag Øyvind Meling og Trond Ferkingstad når stadig nye høyder. Her på en Roxel-container på kaien utenfor kontoret. Sigve Sandvik, den tredje gründeren, var ikke tilstede da bildet ble tatt.





TEKST:
TRUDE REFVEM HEMBRE
FOTO: MARKUS JOHANSSON/BITMAP

Roxel hanket nylig inn Norgeshistoriens største elektrokontrakt på Ryfast-tunnelen til en verdi på 258 millioner kroner. - Vi vant Ryfast, og det betyr at vi er konkurransedyktige og kan vinne andre veiprosjekter, også internasjonalt, sier konsernsjef Dag-Øyvind Meling.

KREMMERÅND

Meling tar smilende imot Rosenkildens fotograf og journalist og rydder skrivebordet i en fei:

- Sånn, inn i skapet med permene!

Energisk og offensivt går han i gang med å fortelle om aktiviteten i Roxel. Det hele startet med at Trond Ferkingstad og Dag-Øyvind Meling etablerte Roxel Energy i november 2010, og Sigve Sandvik kom med i ettertid. Året etter kjøpte de Risa Elektriske og startet Roxel AS. De tre gründerne har alle en fortid i Jon Gjedbos Hitec og kjenner oljebransjen godt.

I løpet av fem og et halvt år har selskapet hatt en sterk vekst og teller nå 148 medarbeidere.

- Vi har hele tiden hatt organisk vekst, påpeker Meling.

De etablerte et elektroselskap og med utgangspunkt i dette fagmiljøet har de stadig utviklet nye konstellasjoner og er nå en totalteknisk leverandør. Gruppen omfatter satsinger både på onshore, offshore og infrastruktur. Under disse områdene ligger en rekke selskaper med ulike spesialkompetanse innen blant annet rør, klima, automasjon og elektro.

- Vi inviterte nøkkelpersoner til å lede de ulike satsingsområdene. Disse er gitt frie rammer til å velge hvordan de vil ta del i verdiskapningen; hvilke produkter og hvilke folk de vil satse på.

Konsernsjefen mener han ikke hadde lyktes uten kremmerånd og tenker alltid muligheter for nye produkter, nye konsepter og nye forretningsområder.

- En må ha en dose entreprenør, innovatør og kremmerånd for å lykkes. Du må kunne tjene penger på det du holder på med. Hvis ikke blir du en døgnflue. Ved å bygge stein på stein har vi lyktes.

Hans tilsynelatende sterke vinnerinstinkt er nok heller ingen ulempe...

SELSKAPSSTRUKTUR VIKTIG

Med 9.000 kvadratmeter kontorer, 4.000 kvadratmeter næringsareal og

7.000 utendørs lagerplass på Tasta ved innseilingen til Stavanger, samt på Forus, har Roxel en gunstig beliggenhet.

Gruppen teller nå 13 selskaper, i tillegg til tre investorselskaper. Visjonen er å være en ledende aktør innenfor de områdene de jobber.

- Roxel-selskapenes oppbygging, ledelse og eierfordeling har vært viktige suksesskriterier.

De tre gründerne eier tilsammen 55 prosent og en investorgruppe de resterende 45 prosent. I alle selskapene har ansatte fått muligheten til å få eierandeler.

- Kan du beskrive arbeidsforholdene og bedriftskulturen i Roxel?

- Trivsel er enormt viktig, og hos oss er det lov å tenke annerledes, det er lov til å feile. Det er viktig å engasjere seg og vi er krye over arbeidsplassen.

RISIKO OG UTFORDRINGER

Det å skaffe kapital er en utfordring for næringslivet, inkludert Roxel.

- Utfordringen er mangel på likviditet i prosjektene og skaffe risikokapital for ny vekst. Det kreves bankgarantier, og bare de siste seks månedene har det blitt mye verre å skaffe kapital. Banker og finansinstitusjoner bør være med næringslivet både i opp- og nedgangstider, oppfordrer han.



Du må kunne tjene penger på det du holder på med. Hvis ikke blir du en døgnflue

Meling forteller at det som motiverer ham er å se at menneskene og selskapene lykkes.

- Ingen tvil om at vi må ha overskudd for å overleve og videreutvikle oss. Vi er et friskt selskap med god økonomi og høye ambisjonsmål.

FOKUS PÅ ENDRING GIR SUKSESS

Roxel har utviklet nye forretningsmodeller, nye produkter og tilknyttet seg nye samarbeidspartnere.

- Vi har vunnet mange prosjekter i størrelsesorden 40-80 millioner kroner ved å lage nye konstellasjoner med industrielle partnere slik at vi kunne tilby konkurransedyktige totalløsninger.

Nylig vant Roxel Norges største elektrokontrakt på Ryfast til en verdi på 258 millioner kroner.

- Hvorfor fikk dere denne avtalen?

- Det stod mellom 16 konkurrerende aktører som søkte og ble prekvalifisert. Åtte var i finalen og til syvende og sist var det pris som avgjorde at vi ble valgt. Vi skal levere alt som ikke er graving og sprenging i Ryfast-tunnelen, svarer Meling stolt.

Det dreier seg altså om rundt 1.000 kvadratmeter med installert elektromateriell, elektrokabinetter og hele 11 kontrollrom med blant annet kompliserte radar- og videosystemer, avanserte trafikkovervåkninger og skiltstyringer. Alt med den nyeste teknologien.

- Vi har hatt god nytteverdi av vår kompetanse offshore i dette prosjektet, legger han til.

Ryfast fase 1 skal være ferdig i april 2019. Roxel gjør seg nå klar for prekvalifisering av Ryfast fase 2 som er like omfattende som fase 1.

- Vi vil ha behov for å leie inn 50-100 mann involvert i denne delen av prosjektet, i fase 1.

NY VEKSTNÆRING FOR REGIONEN

Roxel har en ordresreserve på 653 millioner kroner, men hviler ikke på laurbærene. De ser muligheter innen eksportnæringen; infrastruktur, havbruk og oppdrettsnæringen.

- Det gjelder å ha en langsiktig vekstplan og være villig til å omstille seg. Nå leter vi etter partnere i andre land. Hvorfor kan ikke også vi bli en eksportnæring? spør Meling.

De er i gang med aktører som NAV, Innovasjon Norge og Næringsforeningen for å se på hvordan vi kan utnytte ledig

kompetanse på nye næringer og gjøre det profesjonelt.

- Innovasjon Norge har vært en viktig bidragsyter både mot innovative løsninger og som en finansiell garantist i prosjekter. Det lokale kontoret fortjener ros for å ha vært løsningsorienterte og jobbe fram prosjekter.

Meling forteller at med relativt enkel omskolering, kan ingeniører læres opp til prosesskompetanse. Bransjene har mye å lære av hverandre mener han.

- Det er nå slik at alt vettet ligger ikke på land og alt ligger heller ikke offshore. Det å bringe disse miljøene sammen og si: Hør, vi har mye til felles, og vil tjene på å samarbeide.

TENK STORT!

Verdigrunnlaget er de nære ting og det å skape en sikker og kjekk arbeidsplass som gir ansatte noe hver dag.

- Da snakker vi ikke bare om betaling i form av lønn, men å være en del av et større spill som betyr noe for verdiskapningen.

- Hvilke råd vil du gi næringslivet som har utfordringer nå?

- Mange bedrifter lager for kompliserte modeller som folk ikke forstår. Selskaper tenker for smått! Mange tenker "skomaker bli ved din lest". Næringslivet bør tenke konsepter i stedet for produkter. Og min kjeppest er: Kremmerånd er viktigere enn entreprenørånd! En kremmer tenker: Hvordan skal jeg lage dette produktet for at det blir solgt? Du kan lage så fine ting du bare vil, men blir de ikke solgt betyr det ikke noe! Bygg ned administrasjonene og sats på utfakturerbar virksomhet. Ti prosent kan være et nøkkeltall på administrativt personell for å gi en god balanse mellom inntjening og resultat. Gi folk frie rammer, og ikke detaljstyr, oppfordrer Dag-Øyvind Meling.

GIGAPROSJEKTER

På folkemunne går han under navnet Daggy, og er en entertainer med mange jern i ilden. På fritiden opptreer han gjerne som vokalist i forskjellige band på ulike scener. Hjertet hans er i hjembyen Stavanger og ambisjonene for Roxel er gigaprojekter med kontraktstørrelser på 0,5-5 milliarder kroner.

- Mulighetene er store innen tunneler, sjømatnæringen, Smart City, Nytt sykehus i Rogaland, rigg, boring og brønn, ramser han opp.

Det er viktig å sette seg mål og å gjennomføre:



Dag-Øyvind Meling er foredragsholder på Pulpit 2016. - Jeg gleder meg! Det blir spennende å bidra her, sier konsernsjefen.

- Skal vi til Las Vegas stopper vi ikke på Bryne, for å si det sånn. Når målet er satt, skal reisen vår ikke ende halvveis på turen. Vi må finne ut om vi skal ta fly, båt eller andre transportmidler for å nå målet. Møter vi høy sjø, må vi hoppe på en større båt.

Han ser hele tiden muligheter og er en ukuelig optimist.

I Daggys hode er det egentlig ganske enkelt: Vær deg selv og kjør på!

ROXEL AS

- » Etablert: 2011
- » Eier: 55% gründerne og 45 % investorselskap
- » CEO: Dag Øyvind Meling
- » Forretningsområde: Totalleverandør av automasjon, elektro og sikkerhetssystemer til on- og offshoremarkedet
- » Lokalisering: Skogstøstraen 25, Stavanger
- » Ansatte: 148
- » Omsetning: 294 millioner NOK (2014)
- » Internett: www.roxel.no www.roxel-energy.com

Tips Næringsforeningen om de beste

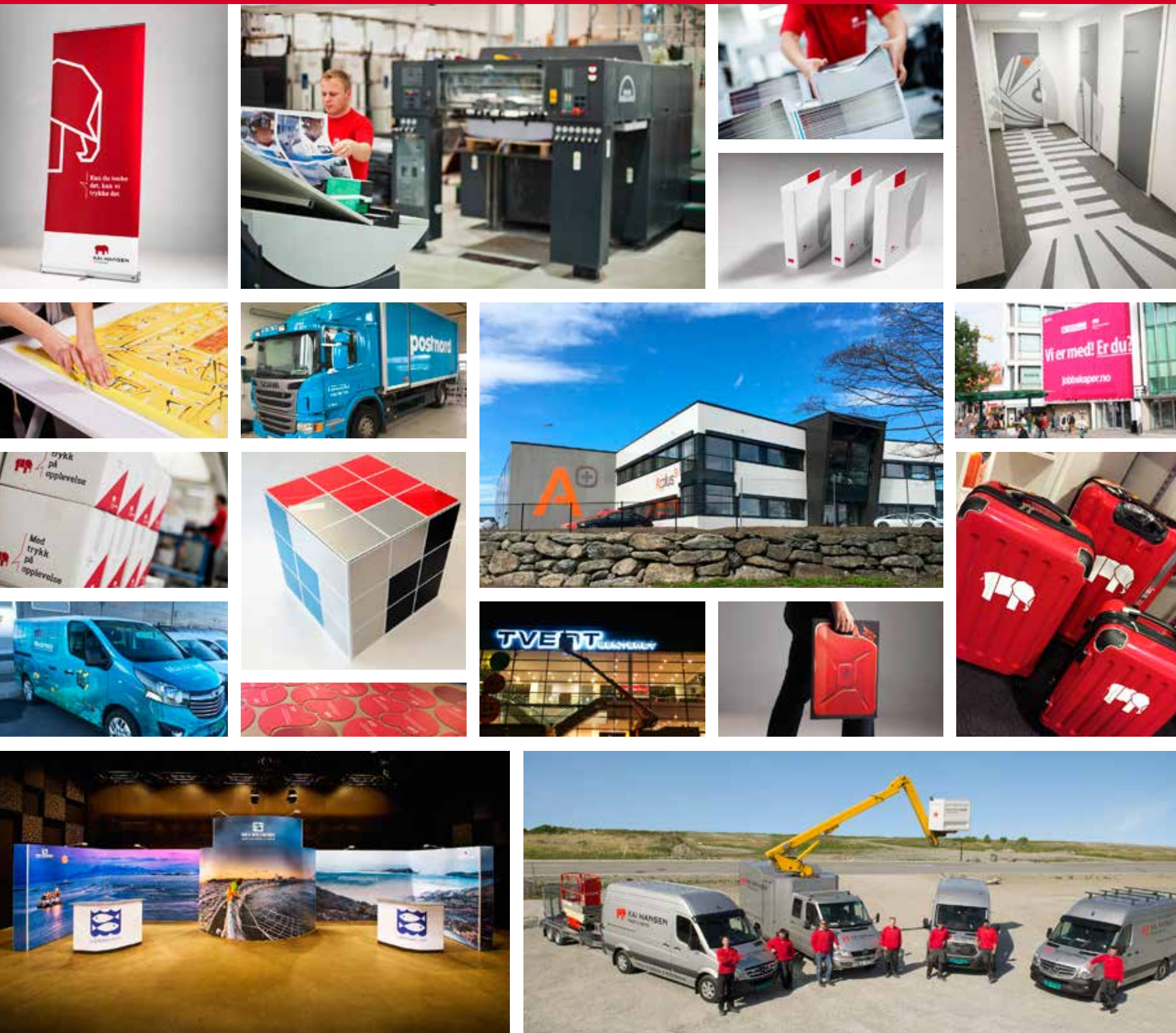
Under tittelen "Lær av de beste" vil Næringsforeningen framover ha en møteserie og Rosenkilden vil ha en fast spalte der vi ser på virksomheter som makter å skape resultater, se muligheter og som kan være gode forbilder for

andre. Noe av hensikten er å lære av hverandre, å heve nivået i næringslivet og øke verdiskapningen ved en slik form for kompetansedeling. Så tips oss om gode forbilder i næringslivet. Temaet er helt åpent og kan være alt fra

innovasjon og produktutvikling, eksport, kundebehandling og markedsføring til økonomi og vekst.

Ta kontakt på 992 93 700, eller send oss en mail på tips@naeringsforeningen.no.

TOTALLEVERANDØR AV VISUELL PROFILERING



TRYKK & PRINT // STORFORMAT // DEKOR // PROFILERINGSARTIKLER // SKILT & MONTASJE // UTSTILLING & MESSE

VELKOMMEN TIL VÅR UTSTILLING I KONTORVEIEN 12

ÅPNINGSTIDER: MANDAG - FREDAG KL. 08.00 - 16.00


VIKING FOTBALL
OFFISIELL SAMARBEIDSPARTNER
2016


KAI HANSEN

Kontorveien 12, 4033 Stavanger - Telefon 51 90 66 00 - www.kai-hansen.no

- Vi tar også på oss drift, ettersyn og vedlikehold av anlegg - noe som bidrar til å forlenge byggenes levetid, forteller daglig leder Stig Magnar Lura (t.h) og markedssjef Atle Braut i DNE.



Bygger trivsel og miljø

DNF er teknisk totalleverandør på VVS, elektro, automasjon og service på bygg og er en av de større bedriftene i Klepp.



TEKST:
TRUDE REFVEM HEMBRE
FOTO: MARKUS JOHANSSON/BITMAP

Trivsel og miljø er det vi leverer, sier daglig leder Stig Magnar Lura. Sammen med markedssjef Atle Braut tar han imot Rosenkilden i kontorlokalene hos DNF i næringsklyngen på Orstad.

CODE INNEMILJØ

DNF er teknologisk i front og tilbyr løsninger innen energieffektivisering og inneklima.

- Kundene er brukerne av byggene og de er egentlig ikke interessert i produktene, men i de fordelene vi kan gi dem, påpeker Lura.

- Derfor er vi ofte med helt fra starten i verdiskapningsprosessen, legger Braut til.

De har stor tro på framtidsrettede løsninger og energieffektive bygg.

JORDNÆRE

DNF har "Trivsel & Miljø" som visjon.

- Hva legger dere i visjonen?

- Vi sikter mot visjonen i alt vi gjør.

Våre løsninger skaper arbeidsplasser med godt inneklima. Det gjør det triveligere på arbeidsplassen og løsningene våre gir grønne bygg som tar vare på miljøet både ute og inne.

De to lederne påpeker at verdien er modighet, trygghet og glede, og er viktige fordi de forteller hvem de er.

- Verdien utgjør - sammen med visjonen - vår bedriftskultur. Vi vil være utfordrende, uredde, nytenkende og nyskapende. Vi vil stå for pålitelighet, kvalitet, ryddighet, verdighet, mening og være fremtidsrettet. I tillegg vektlegger vi å

DNF AS

- » Etablert: 2003
- » Eier: Lokalt eid
- » Daglig leder: Stig Magnar Lura
- » Forretningsområde: Teknisk totalleverandør til byggebransjen
- » Lokalisering: Orstad i Klepp
- » Ansatte: 160
- » Omsetning: 280 millioner NOK (2015)
- » Internett: www.dnf.cc

være inkluderende, romslige, lojale og gode lagspillere med en god tone.

Det skal være trivelig og meningsfylt å arbeide hos DNF og samarbeide med dem.

- Hvordan vil dere beskrive bedriftskulturen?

- Jordnærhet og lav terskel. Dette er stort sett håndverkere som er jordnære folk fra topp til tå. Vi forsøker å skape et trygt fundament for alle.

Kortidsfraværet ligger på ca en prosent, noe som kan være et tegn på trivsel.

SIGNALBYGG PÅ CV

DNF har hatt mange interessante oppdrag i regionen. På referanselisten står blant annet Archers kontorbygg i Sandnes, Bilsentrum på Forus, Bryne videregående skole, Handelsparken på Ålgård, Havnepellet i Sandnes sentrum, Randaberg Group sitt kontorbygg, Scandic Stavanger City Hotel og Tastasenteret.

- Hvilke aktuelle pågående bygg vil dere trekke fram?

- Da kan vi nevne de største som er SR-Bank sitt nye bygg i Bjergsted, Bussterminalen på Forus og Lervig Sykehjem.

KOMPLETT KOMPETANSE

- Hva er det unike med DNF?

- Vi har samlet en bred og god kompetanse i forhold til kjernevirksomheten vår; alt fra prosjektering til utførelse. Det er det ikke så mange andre konkurrenter som har. Alt fra prosjektering, via innkjøp, anskaffelse, montering, uttesting og avlevering - vi leverer hele verdikjeden på alle tekniske fag, noe som reduserer grensesnittene for kunden. Vi er et samkjørt, flerfaglig team. Det gir et fortrinn for byggherren å ha én partner å forholde seg til, sier de to.

FORLENGER BYGGETS LEVETID

I tekniske totalentrepriser tar DNF ansvar for hele energiregnskapet på bygget og forestår energimerking av bygget etter ferdigstillelse. Mellom 70 og 80 prosent av prosjektene blir klassifisert i Energiklasse A.

Lura forteller at service på bygg er viktig:

- En god serviceavtale forlenger byggets levetid. Ved å trimme det tekniske og holde øye med energiotgiftene forlenges levetiden.

DNF har vært i forkant når det gjelder grønne tiltak.

- Det har gjort oss enda mer konkurransedyktige. I stedet for å motarbeide nye regler, posisjonerer vi oss for å utnytte dette i forretningsdriften, sier Braut.



DNF AS på Klepp er en ledende teknisk totalleverandør innen VVS, elektro og automasjon. Selskapet utfører prosjektering, levering og installasjon, og tilbyr løsninger innen energiøkonomisering, klimatekniske anlegg, VVS og elektro.

LØSNINGSORIENTERTE

- Hvilke mål har dere for fremtiden?

- Vi har som mål å være førstevalget hos entreprenørene i regionen. Her er vi i stand til å bidra til å utvikle prosjekter til å bli konkurransedyktige. Vi tenker løsning, ikke

først og fremst pris. Løsningen kan ofte bidra til at totalprisen på bygg blir redusert.

- Vi skal skille oss ut på løsninger og har et system som er i forkant av framtidens energikrav, avslutter Lura og Braut samstemt.

Ekte italiensk - til en rimelig penge!



Barneretter til gode priser



Mange vegetariske fristelser



Gratis trådløst Internett



Alle retter kan fås glutenfri



Basert på 41 anmeldelser

La Piazza

italian cuisine



www.lapiazza.no



51 52 02 52

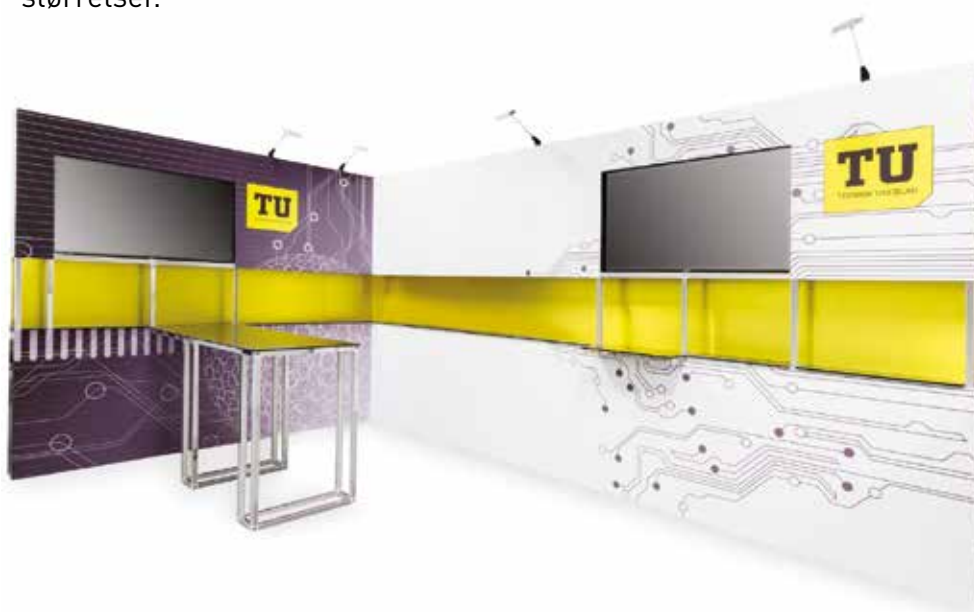


Rosenkildehuset, Stavanger
Over 100 sitteplasser

DISPLAYSYSTEM I ALLE STØRRELSER



Vårt team kan bistå deg med displaymateriell i ulike størrelser. For større messeløsninger tilbyr vi AIRFRAME – en strøken løsning som er utbyggbar og har stor gjenbruksverdi. Teknisk Ukeblad valgte en fleksibel Airframe-løsning med integrerte monitorer. Vi designet veggen for bruk i tre ulike størrelser.



DESIGN



PRINT



TESTMONTERING

BITMAP*
MULTIVISUAL

Kvitsøygata 15 | 4014 Stavanger | Tlf. 51 84 92 30 | post@bitmap.no | www.bitmap.no

NYE MEDLEMMER SIDEN SIST

AARBAKKE INNOVATION AS

Beliggenhet: Bryne
Kontaktperson: Elisabeth Karlsbakk, elisabeth.karlsbakk@aai.no
Web: aai.no

Aarbakke Innovation is passionate about solving the challenges facing the oil and gas industry on the Norwegian Continental Shelf, whether it is the high costs of doing business or the demands we put on our environment. Aarbakke Innovation is a fast moving company with a flat management structure. Through a combination of knowledge and imagination, their structured innovation helps the clients make iterative improvements, minimises the risk of spills, improves safety and makes a positive impact on the bottom line.



GLEND JENSEN COUTURE

Glenda Jensen Couture
Beliggenhet: Ræge
Kontaktperson: Glenda Jensen,
glendajensencouture@yahoo.no

Glenda Jensen is a clothing label with character that wishes to make women/men feel desirable, modern, stylish, trendy, and at the same time comfortable. The company dedicates to the creation of women apparel. Glenda Jensen (Company) started in October 2009 with its first fashion label Glenda Jensen Couture. The company has been showed in several fashion events like Los Angeles Fashion Week, RAW Orange County and other independent shows. GJC has also been feature at Röhsska museum in Sweden, Gothenburg



OUTDOORLIFE NORWAY

Beliggenhet: Figgjo
Kontaktperson: Johannes Cornelis Apon,
jcaapon@outdoorlifenorway.com
Web: outdoorlifenorway.com

Norwegian nature constitutes a paradise for outdoor experiences. It is Outdoorlife Norway goal to get more people outdoors and closer to nature. The company combine highlights with off the beaten track adventures. Based in Stavanger, Fjord-Norway, Outdoorlife Norway organizes summer hikes and winter activities in and around the Lysefjord. Besides day trips to the highlights of the Lysefjord – Preikestolen, Kjerag and Flørli – they also provide multi-day tours. Guests can join a Day-Hike, go on a Multi-Day Trekking Adventure, or request a tailored tour with private guide.



SIGURD GRØSFJELD BILUTLEIE AS

Beliggenhet: Stavanger
Kontaktperson: Liv Tove Grøsfjeld,
post@grøsfjeld.no
Web: grösfjeld.no

Sigurd Grøsfjeld Bilutleie AS er et gammelt familiedrevet firma som har drevet bilutleie i Stavanger siden 1932. Grøsfjeld Bilutleie AS ble etablert i oktober 1994 og er et av Norges største utleiefirma innen vare-, last-, combi- og pickup-biler. Selskapet har utleie av personbiler, stasjonsvogner, SUV-er, minibusser opp til 17 seter med sjåfør, samt skapbiler og lastebiler opp til 7,5 tonn. Sigurd Grøsfjeld Bilutleie AS har også pickuper i bilparken.



VAARDAL-LUNDE AS

Beliggenhet: Stavanger
Kontaktperson: Einar Vaardal-Lunde,
einar@v-l.no Web: vaardallunde.no

Vaardal-Lunde AS ble etablert i 2003, og tilbyr tjenester innen bedriftsrådgivning, nyskaping, styrekompetanse og veiledning for gründere. Vaardal-Lunde AS skal bidra til positiv utvikling av din bedrift gjennom å gi ledelsen nyttig kunnskap med bruk av vår lange erfaring, og verktøy innenfor en rekke felter både til enkeltpersoner, bedrifter og det offentlige. Selskapets erfaring kombinert med bredde i kompetanse, kan gi uvurderlig hjelp for den som vil etablere ny virksomhet.



NORSK AKUSTIKKSENTER AS

Beliggenhet: Stavanger
(showroom: Madlaveien 499)
Kontaktperson: Jens Lindhardsen, 907 82 367,
jl@akustikkcenter.no
Web: akustikkcenter.no

Norsk Akustikkcenter AS tilbyr lyddempende løsninger som skaper et godt og effektivt akustisk miljø. Norsk Akustikkcenter AS er en komplett leverandør av alle typer akustiske løsninger, både til nærings- og privatkunder samt proff-markedet. Selskapet er tilstede med egne kontorer, showroom eller forhandlere i Oslo, Rogaland, Agder, Nordland og Hordaland. Norsk Akustikkcenter AS er en videreutvikling av Himlingsplater.no, og eies i sin helhet av Proso AS som ble stiftet i 2005. Bedriften har også omfattende kompetanse innen produktutvikling, kvalitetssikring og forskning vedrørende akustikkens betydning for et godt innemiljø i boliger, kontorer, industri, sykehus, skoler, idrettshaller og barnehager o.l.



BOOST AI

Beliggenhet: Stavanger
Kontaktperson: Henry Iversen, henry@boost.ai
Web: boost.ai

Boost hjelper bedrifter med å nyttiggjøre data ved hjelp av deres egenutviklede software som lærer av seg selv. Boost har hjulpet bedrifter i Silicon Valley nå sine økonomiske mål. Boost your company into the future.



RYFYLKE DYKK AS

Beliggenhet: Sola
Beliggenhet: Tau
Kontaktperson: Gjermund Meltveit, 90553762,
gmeltveit@gmail.com

Ryfylke Dykk som driver servicerettet næring innen akvakultur. Ryfylke Dykk har fire ansatte og er i sterk vekst. På godt tre år har bedriften med konkurransedyktige pris og kvalitet fått solid fotfeste i næringen.

ANNONSER OG INNSTIKK

Størrelse angitt med BxH.
Prisene er medlemspris.

Helside: 230x310 mm, 194x280 kr. 19.750,-
Halvside: 194x136 mm (liggende) kr. 11.950,-
Kvartside: 194x67,5 mm (liggende) kr. 6.750,-
Innstikk: Pris etter avtale. Fem prosent rabatt for medlemmer.

NYE MEDLEMMER SIDEN SIST

RECON WALL SYSTEMS

Beliggenhet: Sola
Kontaktperson: Erik Nelson,
enelson@reconwalls.com Web: reconwalls.com

ReCon Retaining Wall Systems was formed in 2000 by a group of six Twin Cities individuals that had a vision of capturing "returned concrete" from ready mix trucks to make a large retaining wall block. In 2002 ReCon made a course correction and began working directly with precast concrete companies to manufacture ReCon with a high quality mix design. With the help of ReCon's licensed producers, ReCon has built an international "big block" retaining wall company. The company has currently 50 producers in eight countries. More than 3.5 million sq. ft. of ReCon retaining walls have been built around the world.



OFFSHORE SYSTEMS AS

Beliggenhet: Stavanger
Kontaktperson: Jostein Kvame,
jostein@offsys.no Web: Offsys.no

Offshore Systems AS is an international supplier of oil and gas industry systems and equipment. The company offer open-source, standardized and object-oriented technologies through the implementation of smart components. Offshore Systems is run by a strong team of seasoned and experienced industry professionals – some of whom have been active players in the oil and gas industry for close to 30 years. Their combined experience, technical expertise and industry know-how has made the company the primary go-to partner for an increasing number of operators and service companies for years.



N.B. SØRENSENS DAMPSKIBSEXPEDITION AS

Beliggenhet: Stavanger
Kontaktperson: Jon Thore Øglænd,
jto@herlige-stavanger.no
Web: herlige-stavanger.no

Året var 1876 da Nils Birkrem Sørensen etablerte sin egen dampskibsexpedition. 117 år etter at selskapet ble stiftet, da det var langt mellom dampskipene i Stavangers havneområde, gikk N.B. Sørensen inn i restaurantbransjen. Stedet oser fortsatt av handel og maritim virksomhet, men nå er det mat & drikke av høy kvalitet som er forretningsgrunnlaget. Med gode norske retter på menyen – og med assistanse av råvarer fra fjerne himmelstrøk – har N.B. Sørensen fortsatt som mål å ekspedere gjestene ut på kortere og lengre reiser i smakens vidunderlige verden. Livet er herlig.



RETT PERSON PÅ RETT STED!

Hytech Personnel har kandidater
til nøkkelposisjoner innen:

- Finans
- Økonomi
- Administrasjon
- Regnskap
- HR
- Logistikk

Ta kontakt med Aase:
aase@hytech.no / 992 88 936



Hytech er sertifisert i henhold til NS-EN ISO 9001:2008



Forbereder du deg for framtiden?

STEINAR AASLAND • Styreleder i Næringsforeningen

Fem prosent av omsetningen til digitalisering. Det er fasiten hos de internasjonale selskapene i en ny PwC-undersøkelse. Jeg er redd næringslivet her i regionen ikke bruker helt det samme.

Digitalisering er et moteord, men det er langt fra uten innhold. Mange beskriver det som industri 4.0, den virkeligheten vi er inne i. Mens industri 1.0 var dampmaskinen, 2.0 var samlebåndet og 3.0 var automatiseringen - er 4.0 det å knytte ting sammen for å skape nye og bedre produkter og tjenester. The internet of things, robotisering og kunstig intelligens er viktige stikkord. På den ene siden handler det om å effektivisere, på den andre siden handler det om å øke verdien for kundene. Noen enkle eksempler som vi alle kjenner: Den fysiske butikken som nå ofte også er på nett. Du kan handle direkte fra mobilen din og få det hjem i posten dersom du ønsker det, men du kan også sjekke om varen faktisk er inne før du går i butikken og handler. Det kan du gjøre fordi hele butikkens varelager registreres og gjøres tilgjengelig for deg som kunde på nett. Altså, alt koples sammen, og bidrar til å lage en bedre og mer tilpasset tjeneste. I neste omgang kan informasjonen butikkene allerede har om deg som kunde, brukes til å skreddersy tilbud.

Digitalisering gjør at noen bransjer får nye konkurrenter, at noen forsvinner og at andre nye dukker opp. Det finnes ikke mange platebutikker lenger, siden musikk er digitalisert og kjøpes og streames online. Hotellrom bestiller vi gjennom netjtjenester og direkte fra hotellene selv, eller vi leier leilighet i London gjennom en privatperson - som vi er trygge på siden mange andre har leid fra ham og gir ham god kritikk på nettet.

NYE FORRETNINGSMODELLER

Det dukker også opp nye forretningsmodeller, som snur opp ned på

virkeligheten. I stedet for at folk betaler for å bli medlemmer av Facebook, selger de tilpassede annonser til en tredjepart basert på det de vet om deg som medlem i deres sosiale nettverk. I stedet for at Google selger sitt mobile operativsystem Android, gir de det bort gratis mot at de får tilgang og kan gjøre business på informasjon de samler inn fra brukerne.

Og om du tror vi er langt på vei inn i den digitale tidsalderen, må du tro om igjen. Av de samme selskapene i PwC sin internasjonale undersøkelse som sier de bruker fem prosent av omsetningen til digitalisering og utvikling, er det bare vel 30 prosent som mener de er på et høyt utviklet digitaliseringsnivå per i dag. Ifølge en rapport fra McKinsey Global Institute, kan sammenkoplingen av den fysiske og digitale verden generere så mye som 13 oljefond på verdensbasis i økt verdiskaping, fram til 2025.

ET GODT UTGANGSPUNKT

Og hvordan står det egentlig til her hjemme på berget? Jeg tror mange selskaper og store deler av det offentlige her i regionen bare så vidt er i startfasen av sin digitale utvikling og har et enormt potensiale dersom utfordringen tas på alvor. Samtidig har vi i Norge et høyt teknologisk utviklet samfunn. Bare pengesystemet vårt er mer digitalisert enn i de fleste andre land i verden. Over 95 prosent av det vi handler for i Norge i dag, er digitalt. Vi har lenge vært på verdenstoppen i bruk av smarttelefoner og vi er generelt kjappe med å ta i bruk ny teknologi. Dette er et forsprang vi har nå, og noe vi kan benytte oss av i årene som kommer.

Nordic Edge arrangeres denne høsten for andre gang, og kan bli en katalysator

for bedrifter i regionen som ser muligheter i dette nye markedet. Og det er et marked som ikke bare handler om duppeditter og avansert programvare. Det handler også om å ta dette i bruk på en fornuftig måte som fungerer i praksis. Bare fordi korketrekkeren kan helautomatiseres og koples på nett, er det ikke sikkert den skal det. Det ligger mye business i å utvikle helhetlige produkter og tjenester i den digitale virkeligheten som faktisk fungerer og er noe folk vil bruke og synes er nyttig.

SETT AV TID

Næringsforeningens ressursgruppe for teknologi jobber for å øke fokus på digitalisering og samhandling innad i bransjen og på tvers av bransjer i regionen, og Næringsforeningen vil også arrangere en konferanseserie i høst som vil gi en innføring i hvordan og hva det kan bety for din virksomhet. Benytt dere av dette tilbudet.

Min oppfordring er å sette av tid og ressurser til å være forberedt og helst ligge i forkant og benytte deg av muligheten som digitalisering bringer med seg for din bransje. Én ting er i alle fall sikkert; dersom noe er mulig å gjøre billigere eller bedre ved hjelp av teknologi, eventuelt benytte en annen og smartere forretningsmodell enn du gjør i dag, vil noen gjøre det. Det dummeste du kan gjøre er å ikke gripe sjansen dersom du ser den. For ingen transporterer vann for hånd raskere enn vi gjør med innlagt vann, ingen roper lenger enn vi når med mobiltelefonen og det er heller ikke mange som savner papirfakturaen når den kan sendes digitalt - eller som i det hele tatt ønsker å betale noe ekstra for å gjøre noe mer tungvint når alternativet finnes.

Én ting er i alle fall sikkert; dersom noe er mulig å gjøre billigere eller bedre ved hjelp av teknologi, vil noen gjøre det.

Steinar Aasland

GJØR DET USTABILE NETTET AT HELE BEDRIFTEN VAKLER? – PÅ TIDE MED FIBER

Fiberbredbånd med unik stabilitet

Ønsker du tilbud på
fiber til din bedrift?
Kontakt oss på
bedriftfiber@lyse.no

altibox
• • • • BEDRIFT

LEVERES AV  Lyse



Vår olje og gass er verd å feire

BJØRN VIDAR LERØEN • Spesialrådgiver Norsk olje og gass

I år kan vi markere de to desidert største milepelene i utviklingen av petroleumsvirksomheten på den norske kontinentalsokkelen: Den første letebrønnen i 1966 og salget av gassen i Troll i 1986. Dette er begivenheter som ligger henholdsvis 50 og 30 år tilbake i tid, men de illustrerer to viktige forhold; start i forsiktighet og en fortsettelse med langsiktighet.

Grunnlaget for det vi fant ligger selvfølgelig i at vi begynte å lete. Den første letebrønnen ble påbegynt 19. juli 1966 klokken 08.20. Dermed var vi i gang med et stort eventyr som blant annet resulterte i kjempesunn som Ekofisk, Statfjord, Troll, Johan Sverdrup og en lang rekke andre felt av varierende størrelse.

Troll står i en særstilling; opphøyd over alle norske gassfelt og oljefelt. Perspektivet kan utvides ytterligere; Troll ruver blant de store «sjødyr» globalt.

Over de femti årene vi her snakker om, har gassens status blitt opphøyet fra et avfallsprodukt til en høyverdig energikilde.

Over disse femti årene har det også skjedd store endringer i vår tilgang til energi og vårt syn på energi.

For det første er innslaget av gass blitt sterkere i verdens energiforsyning. Dernest har eksporten av gass fra norsk sokkel i volum blitt jevnbyrdig med olje. For femti år siden var det jakten på olje som var den hovedsakelige drivkraft. Nå er jakten på gass i ferd med å bli viktigere. Hvis vi retter blikket nordover, og det er nordover virksomheten nå beveger seg, har vi først og fremst et behov for å finne gass.

KREVENDE

Petroleumsnæringen går nå gjennom en krevende tid som vil føre til at den endrer kapasitet og karakter. Det er dramatisk når overtallighet berører hver femte ansatte i Statoil. Også i de andre oljeselskapene og i leverandørindustrien har det skjedd store nedbemanninger. Krisen gir seg mange utslag, som for eksempel at utbudet av boliger for salg i Rogaland nå representerer 25 prosent av alle boliger som er til salgs her i landet.

Fremfor å innta en avventende og handlingslammende holdning, haster det med å få fart på omstillingen, ikke minst i denne regionen. Budskapet er entydig fra regjeringen og fra Norges Bank: Norge trenger flere ben å stå på.

Men samtidig må vi sørge for å ta vare på det beste av det vi har skapt i petroleumssektoren gjennom et halvt

århundre. Det finnes dessuten ingen snarvei ut av petroleumsalderen, fordi verden fortsatt trenger energi og i økende mengder. Og da blir spørsmålet: Hvem tar ansvaret for at vi har tilstrekkelige mengder for fremtidens energisikkerhet?

HØYE BØLGER

Bølgene går høyt i norsk politisk debatt om det fremtidige aktivitetsmønsteret på norsk sokkel. Debatten har fra starten av i hovedsak være knyttet til å sikre langsiktighet og jevnhet i leting og produksjon. Nå kreves det avslutning av leteaktivitetene begrunnet med at verden ikke vil trenge at vi finner mer olje og gass og at det igjen vil føre til at staten tar en farlig og unødvendig risiko.

Det skjer absolutt noe med energitilgangen. Enkelte dager forsynes nå hele Tyskland med elektrisk kraft utelukkende fra fornybare kilder; sol og vind. Det er ingen som gjør annet enn å hilse en slik utvikling velkommen. Men samtidig må vi erkjenne og ta konsekvensene av at de fornybare kildene ikke kan bære ansvaret for energisikkerheten alene. Dessuten finnes det en rekke områder i samfunnet der fornybar energi ikke representerer et alternativ i dag. Vi er fortsatt avhengig av en diversifisert tilgang på energi, en energimix, der olje og gass lenge vil representere tunge innslag. Vi snakker om 35 prosent hydrokarboner av totaliteten i et 2050-perspektiv.

VIL VÆRE HER

Petroleumsindustrien er inne i en vanskelig tid, utløst av høye kostnader som har dårlig motstandskraft mot lave priser. Derfor skjer det nå en avskalling og reorganisering. Olje- og gassindustrien kommer neppe til å bli den samme etter at denne krisen er over, men olje- og gassindustrien kommer fortsatt til å være her.

Industrien kjører nå på sakte fart. Reserveerstatningsraten går ned og nye prosjekter utsettes. Olje og gass finnes derimot i rikelige mengder. Til forskjell fra hva vi gjorde for ti år siden, dreier ikke diskusjonen om frykt for oljemangel.

Nå er det overskudd av olje som er saken. Oljeselskapene har fått mange flere muligheter å velge mellom og prioriteringene kom også til uttrykk i 23. runde på norsk sokkel. ExxonMobil søkte ikke og Shell trakk sin søknad. Man skal merke seg slike signaler.

Miljøbevegelsen og miljøpartienes kamp mot 23. konsesjonsrunde følger en enkel oppskrift. De later som om det finnes en bryter for en øyeblikkelig avslutning av hydrokarbonalderen og de later til å tro at de fornybare kildene alene kan bære den energiproduksjon vi trenger for å holde våre samfunn i gang. Virkeligheten er nok en annen. Samspillet mellom de ulike kildene, de konvensjonelle, de ukonvensjonelle og de fornybare er nødvendige for å oppnå en forutsigbar, stabil og pålitelig tilgang til energi.

ANSVAR

Hvem vil ta ansvaret om det skulle vise seg at de eksperter som sier at vi kommer til å mangle 25 millioner fat olje per dag om fire-fem år fordi vi ikke bygger ut tilstrekkelig produksjonskapasitet? Vi kan fort komme i en situasjon der kapasitet må kjøpes så raskt at skadevirkningene blir større enn de vi har sett av kostnadsutviklingen de siste femten årene. Da vil det også bli en eksplosjon i oljeprisene.

Det kan være fristende å tro at vi kan klare oss uten oljen, men konsekvensene vil bli mer enn merkbare.

Vi er avhengige av lange linjer i olje- og gasspolitikken av flere grunner. Den femti år gamle oljenasjonen Norge har vært preget av de lange linjer og den store verdiskapingen. Vi ser på vår historie i petroleumsvirksomheten med stolthet og vi viderefører de lange linjer med ansvarlighet. Troll er et fantastisk eksempel på dette. Verdien av produksjonen fra dette feltet alene overstiger verdien av den samlede norske eksporten av fisk. Enda viktigere er at Troll er en trussel mot Kong Kull. Det kan vi skrive med gullskrift i vårt miljøregnskap.

Vi har mye å feire og vi har fortsatt mye å strekke oss etter.





Når ledelsen sprer frykt og åpenheten lukkes

EINAR BRANDSDAL • statsviter, driver eget konsulentfirma og er tilknyttet Institutt for medie-, kultur- og samfunnsfag, UiS som førstelektor i endringsledelse

Vi kan lære kulturendring av oljå. Skikkelig HMS-arbeid og gode systemer er vaksine mot et dårlig ytringsklima.

Spesielt fra sykehussektoren kommer det stadig flere historier om at ansatte utsettes for represalier fra ledelsen når de varsler om feilbehandling av pasienter. Dagens Næringsliv publiserte i slutten av februar en artikkel om fryktkultur i helsevesenet basert på mange kilder. I fjor kom det også ut en bok av Eli Berg: "Hold munn eller gå", om trakassering og oppsigelser i det samme vesenet. Politiet er også en etat, som siden Utøya-massakren, stadig har blitt betegnet som en med fryktkultur. Når det varsles om uheldige forhold, velger ledelsen gjerne en av to strategier: Enten benekte, berolige og gjemme seg i tilfluktsrommet, eller gå i skyttergraven og skyte både innad og utad. De som skyter er ofte omdømmepleiende og kritikkredde ledere. Problemet med begge typer ledere er at de selv blir en del av problemet framfor å stå fram som de som kan bidra til løsninger.

ER FRYKTKULTUR ET GODT ORD?

Begrepet fryktkultur synes å ha blitt en merkelapp på mange forhold i organisasjoner: interessekonflikter, personkonflikter eller et dårlig arbeidsmiljø. Fryktkultur er et godt medieord. For oss som skal jobbe akademisk, må vi vokte oss vel når vi begynner å anvende ord som det er gått inflasjon i. Et søk på begrepet fryktkultur i nasjonal og internasjonal litteratur, gir ingen akademisk definisjon. Det er et ord for artikler, debattforum, kronikker og blogger. Og det vi ser for oss, er vel ikke kultur, men en stor gruppe mennesker i en organisasjon som deler den samme frykten for represalier. Det er ledelsen man i felleskap er redd, ikke hverandre. I bakgårdsmiljøer, der ingen kan stole på noen, er det mer naturlig å snakke om fryktkultur. Mitt første bidrag i denne artikkelen er derfor ikke å bruke begrepet. Et vitenskapelig begrep skal åpne for innsikt og ikke vekke assosiasjoner som gjør at det blir vanskelig å snakke konkret. La oss derfor prøve oss med begrepet "dårlig ytringsklima" og tenke løsningsorientert. Hvordan skape et ytringsklima der man tør si ifra om bekymringer til ledere uten å bli

straffet for det? Og her er mitt annet bidrag i denne artikkelen: Sykehusene, politiet og andre som sliter med et dårlig ytringsklima kan lære av oljå.

PIONERTIDEN VAR IKKE NOE Å SKRYTE AV

I pionertiden på sokkelen var tilnærmingen til hendelser man gjerne skulle vært foruten, tilsvarende dem som er trukket fram i omtalene av fryktkulturer det siste året. Selv om fortellinger fortsatt parfymeres og ledelsen holdes uvitende om det som virkelig skjer, er uønskede hendelser noe som det er blitt en vane å rapportere om, finne årsaken til og forsøke på lære av. Det har gitt frukter på skadestatistikken, en statistikk som blir sannere og sannere



Sykehusene, politiet og andre som sliter med et dårlig ytringsklima kan lære av oljå.

Einar Brandsdal

over tid. Hva kjennetegner den HMS-kulturen man systematisk har jobbet for å virkeliggjøre på sokkelen?

Organisasjonspsykologen James Reason har satt navn på kjennetegn ved en god sikkerhetskultur. En slik kultur preges for det første av at uønskede hendelser rapporteres, det være seg faktiske hendelser eller nesten-hendelser. I en *rapporterende kultur* må de ansatte være trygge på at de kan melde fra uten at det får disiplinære sanksjoner for dem. Videre må det være enkle systemer for å registrere og analysere data. Rapportering må ikke oppleves som synonymt med ekstra arbeid eller at det er rapporteringskrav fra ledelsen for rapporteringens skyld. Har sykehusene slike systemer?

RETTFERDIG KULTUR

For det andre opererer Reason med begrepet *rettferdig kultur*. Det er menneskelig å feile. Det er forskjell på å være ulykkesfugl og være ugangskråke. I en urettferdig kultur er det syndebukker man leter etter. Hva gjør det med systemet når den øverste ledelsen ikke synlig tar ansvar? Reasons tredje begrep er fleksibel kultur. Det som kjennetegner offshore-næringen er rutiner, prosedyrer og overvåking. Det er lite rom for å prøve å feile. For å bøte på dette blir det lagt til rette for trening gjennom simulering og øvelser. Målet er å øve opp evnen til å takle uventede situasjoner og forbedre beredskapen. Fleksibilitet innebærer at beslutninger kan fattes av dem som har den mest relevante erfaringen uavhengig av hierarkisk posisjon. Fagfolkene har det siste ord i kritiske situasjoner, og de gis tillit. På sokkelen betyr dette at en kranfører eller en mekaniker kan stanse en operasjon dersom det er fare for sikkerheten. Har det offentlige samme tilliten til sine fagfolk?

HA FOKUS PÅ LÆRING

Det siste begrepet Reason anvender er *lærende kultur*. Det innebærer at organisasjonen aktivt må søke etter feil, ta lærdom av dem og dele erfaringer på tvers. Det er også en kultur der man leter etter og lytter til kritikere som ser medaljenes baksider. Informasjonsflyt er en viktig del av en sikkerhetskultur. Informasjonen må være så åpen at den kommer fram til dem som kan gjøre noe med den, eller på andre måter gjøre seg nytte av den. Budbringere skal trenes og lyttes til, ansvaret er felles, samarbeid belønnes, nye ideer er velkomne og feil etterforskes åpent og ærlig.

Oljå har demonstrert at det er mulig å gjøre noe med ytringsklimaet i sikkerhetssammenheng. Petroleumstilsynet har også utgitt et utmerket temahefte om HMS og kultur. Skikkelig HMS-arbeid og gode systemer er helt sikkert også en god vaksine for å bedre ytringsklimaet i helsevesenet, politiet og andre som sliter med såkalt fryktkulturer.

58°58'19.6"N 5°43'37.1"E



Vi bygger om historiske Skur 6

Landemerket i Vågen har huset alt fra sukker til kunst. Nå blir det flotte kontorlokaler i 2. etasje i Stavanger-regionens kanskje mest sjønære lokaler. Lokalene blir tilgjengelige 2. kvartal 2017 – prospekt er under utarbeidelse.



**Meld din interesse allerede nå til eiendomssjef Petter Hult
på petter@stavanger.havn.no eller 926 25 112**

Stavangerregionen Havn har i dag totalt 190 000 kvm utleieareal tilknyttet våre havner i regionen, fordelt på kontor, lager og utearealer.



Mekjarvik – Deepwater and Offshore Terminal
Kaianlegg og elektrisk havnekran tilgjengelig



Risavika – Offshore Terminal
Kontorlokaler og kaianlegg tilgjengelig







JOSTEIN SOLAND

Kommunereformen: Om folket og framtiden

Vi er invitert til «å tegne» våre lokalsamfunn for en ny tid. Er det «heimfødingen» i oss som skal få styre eller «kosmopolitten»? Vi vet hvor vi er. Langt vanskeligere er det å finne ut hvor vi skal eller må - for å sikre at den grønne greinen vi alle i dag sitter på, ikke knekker. Har kommunediskusjonen handlet om framtiden? Nei!

I 1984 skrev den tyske forfatteren og norgesvennen Hans Magnus Enzensberger i boka «Norsk utakt»: «Nordmennene er heimefødingen og kosmopolitter på en gang. Norge er i dag Europas folkemuseum, men på samme tid et kjempemessig fremtidslaboratorium.» Norge er «usamtidighetens rike», skriver Enzensberger. Folket som sa «nei til EU» og urbanisering for å sikre livet i distriktene, finner av egen kraft nye næringer nettopp i distriktene - som for eksempel havbruk. Så velsigner Vår Herre «dette forunderlige lille folket oppe i Europas nordvestlige hjørne» med svære petroleumsressurser.

Tre tiår etter «Norsk utakt», er vi blitt verdens rikeste land. Espen Askeladden er ikke lenger eventyrskikkelsen som «fant og fant». Dagens Ola og Kari har «fått og fått». Selv med lav oljepris sitter vi fortsatt på verdens grønne grein - og har det «fryktelig» godt. Kommunereformen handler om hvordan vi må organisere oss for å kunne gå inn i framtiden - noenlunde i takt. Det skal som kjent sterk rygg til å bære gode tider...

FOLKET

Denne «Kilden» skrives før resultatene av folkeavstemningen i våre fire kommuner på Nord-Jæren er kjent. Men føringene har vært så tydelige at alt annet enn «nei» vil overraske stort. For er vi ikke alle i utgangspunktet «heimfødingen»? Vi må kjenne oss selv og våre egne forutsetninger, før kursen kan stikkes ut mot den større verden. Først da kan vi utvikle oss til «kosmopolitter»... Nå sliter vi med å kjenne oss selv.

Vi kan ikke forvente at vanlige folk er opptatt av endringer så lenge livet er greit å leve. Men velger vi ikke våre folkevalgte for å holde oss å jour med utviklingen - både lokalt og sentralt? Til sjuende og sist handler det om hvordan vi fordeler fellesskapets verdier: Historisk tenker venstresiden mest på fellesskapet og høyresiden mest på individet. Vi snakker om selve grunnlaget for organiserings i ulike partier.

Det er underlig at Sandnes skal kunne styres av en koalisjon mellom Ap og Frp - en posisjon som setter H i opposisjon. Solidaritetspartiet Ap og skattekuttpartiet Frp er enige om iallfall to ting: «Nei» til Stavanger og «nei» til eiendomsskatt. Med sterk befolkningsvekst og rekordhøy arbeidsledighet fører dette nå til store kutt i skole- og sosialbudsjett. Likevel sier Ap-ordføreren «Folk synes det går greit i Sandnes!». Det gjelder vel særlig for Ap-

ordføreren og Frp-ordføreren som kan dele makt mellom sine partier og sikre gode gasjer seg imellom...

I Stavanger sier Ap og Frp, pluss H, V, Pp og KrF «ja» til storkommune og har for lengst innført eiendomsskatt - til styrking av skole- og sosialbudsjett. Stavanger er den eneste kommunen som gir store årlige bidrag til regionale institusjoner som Rogaland teater og Stavanger symfoniorkester.

I vår storbyregion, Randaberg, Sandnes, Sola og Stavanger - har altså samme partier helt ulike preferanser. Hvordan skal så vår region få samme tilgang til statlige midler som for eksempel Bergen? Arealet i vår storkommune ville være som Bergens i areal, men med noen færre innbyggere. Vil ikke felleskapet tjene på å få én ordfører, ett kommunestyre, én rådmann med én administrasjon? Hvor er tallene som forteller om penger som kan gå fra administrasjon til for eksempel sosiale formål og skoleverk? I dag, om 10 år og 20 år?

Mangel på perspektiv gjør folk flest til forvirrete «heimfødingen». Derfor stemmer de «nei» til forandring. Også mange som i utgangspunktet ville ha stemt «ja», sa «nei». De får følge av mange i Stavanger fordi avtalen om storkommune inneholder forslag som blir oppfattet som latterlige - som for eksempel «Nord-Jæren» på et snart 900 år gammelt navn - Stavanger. For ikke å snakke om skrivemåten Nord-Jæren i vår digitale verden.

Vi befinner oss ikke i Troms - i Nord-Reisa eller Sør-Reisa. Stavanger med regionen er et globalt merkenavn.

Vårt viktigste anliggende er at våre folkevalgte ikke har maktet å fortelle sine velgere at kommunegrenser handler om verdiskapning, konkurransekraft og sikring av vårt velferdssamfunn - i dag og for framtiden.

FRAMTIDEN

Den regjeringsoppnevnte Produktivitetskommisjonen forteller i klartekst at vi ikke kan fortsette som nå. Brenner vi av like mye penger til offentlig drift og forvaltning som i dag, kan vi alle risikere å måtte betale 65 prosent skatt i 2060, sa kommisjonens leder, professor Jørn Rattsø da rapporten ble presentert sist februar. Vår største utfordring er at produktiviteten - det vi får ut av våre ressurser - har falt dramatisk. Fram til 2006 var den årlige veksten på 3 prosent, for så å falle til 0,8 prosent fra 2006 fram til 2014. Produktivitetsvekst er vår største utfordring:

«Klarer vi bare å øke veksten med 0,2 prosent årlig, vil det bety mer for vår velstand om 50 år enn hele oljeformuen», sa finansministeren da hun mottok rapporten.

Så kan vi ha det så godt som bare det, i Sandnes og Sola, Randaberg og Stavanger. Effektivisering av norske kommuner er kun et virkemiddel for frigjøring av ressurser. Oljenæringen vil ikke lengre være den samme vekstmotoren. Vi står foran et skifte fra en yngrebølge til en eldrebølge. Vi må ha vekst som primært skapes i nye næringer - et skifte fra ressursøkonomi til kunnskapsøkonomi, inkluderer Rattsø-utvalget.

Tilbake til Hans Magnus Enzensberger: Vi har kunnet gå i utakt med resten av Europa - baklengs inn i framtiden, på grunn av vår tilgang til rike naturressurser. Nå må framtiden bygges på kunnskap.

På Stortinget har både H og Ap for lengst erkjent at landet trenger en kommunereform. I 1995 la daværende kommunal- og arbeidsminister Gunnar Berge fram stortingsmeldingen om kommune- og fylkesinndelingen på vegne av sin Ap-regjering. 20 år seinere legger en av Berges etterfølgere, Jan Tore Sanner, fram Høyre-regjeringens forslag til kommunereform. Denne bygger på samme erkjennelse som Berges. Men Berges kommunereform ble nettopp sabotert av Sanners parti. Og nå kan vi risikere at Berges parti sparker bein under Sanners forslag. Det handler om partistrategi og valgtaktikk og ikke hva som tjener folket.

Slik skapes politikerforakt...

I behandlingen av kommunereformen for 20 år siden fikk Sp lagt inn at endring av kommunegrenser skulle skje ved frivillighet. Ute blant folk handler det mest om identitet og tilhørighet - «vi har det så godt som det er». Ikke om langsiktige reformer for sikring av dagens velferd. Den vil kreve færre ordførere, rådmenn og kommuneansatte. Motstanden kommer nettopp fra dem som drifter dagens velferdssamfunn.

Som han sa det, filosofen Søren Kierkegaard: «Det forunderlige med livet er at det bare kan leves forlengs, men forstås baklengs». Stortingsflertallet er til stede i dag som for 20 år siden. Våger det å se bort fra «folket»?

Winston Churchill skal ha sagt at demokratiet er en dårlig styringsform, men likevel den beste av de vi kjenner. Det kan da ikke være så ille med det norske demokratiet at Stortinget ikke makter å vise sitt flertall i en sak som er nødvendig for å sikre dagens velferdssamfunn for våre etterkommere?

From Employee to Entrepreneur

Five experienced and very competent engineers from the oil and gas sector and shipping industry were suddenly left with spare capacity when they lost their jobs. Ideas of how they could contribute to more efficient solutions within their industry were many, and when they met up for a morning coffee the process took off.



TEKST:
INGER TONE ØDEGÅRD

Vladimir Dokuchaev (Russia), Mikhail Golovine (Russia) and Aleksandr Potolkov (Lithuania) were acquaintances and had arranged to meet up in Sola for coffee and brainstorming. There were plenty of ideas and the group decided to attend a business start-up course with Skape in order to learn the most important aspects of establishing a business. During the course they got to know Jiju Poullose (India) who was there for the same purpose. These four connected on the same level regarding an idea of creating a 3D model within a net browser, and have established their own company i-TekVR. They have developed the data program Visam 3D. Visam 3D is an innovative ASSET management software integrating 3D models (PDMS, Inventor, Smart Plant 3D etc) with Company's existing Enterprise ASSET Management (EAM) system like SAP, IFS, Maximo etc. The mission

of i-TekVR is the projects efficiency improvement by simplifying of all working procedures maintaining a high quality engineering service, says Anastasia Shvets (Russia). She has also joined the male team recently. She simply fell in love with their idea and energy. The five of them work night and day to create new coding systems. - Things have happened very quickly, Vladimir says.

Through Skape and their new network at I-Park they have familiarized themselves with many of the services already in existence in the region regarding innovation.

- We only heard about Start-Up Weekend in Stavanger a few days prior to event. We prepared a presentation, entered into the competition and won. As a result of our business idea and the great potential, we're sitting here in an office at I-Park. All five agree that Skape and Start-up weekend have been a great help and inspiration in the establishment of the company.

Mikhail is very clear about the amount of



paperwork required when establishing a company, and there have been many late nights.

POTENTIAL

- We've based our ideas around the business sector we are familiar with and have worked in ourselves over many years. After working in the oil and gas business we recognize there are similar challenges for the industry. Based on facts from the Petroleum Directorate rapport on cost overruns from 2013, where it is clearly stated that many challenges were connected to weakness in planning and follow-up of suppliers and projects, Mikhail says.

- Throughout our careers we've met many competent and creative people with a high entrepreneurial spirit. The difference now is that people have to develop systems and products themselves, rather than through the company they work for. There is a huge potential with the 3D aspect in other sectors and we've got ideas for other industries and private households. Imagine the enormous potential outside Norway, Poullose says.





New start-ups at Ipark - I-TekVR: Mikhail Golovine (left), Jiju Poulose, Anastasia Shvets, Aleksandr Potolow and Vladimir Dokuchaev.

International Network of Norway (INN) - The Region's largest International Network

- » Regional welcome programme for newcomers
- » INN Area Orientation course
- » Out Country Orientation course
- » Repatriation course day
- » Career Re-development programme
- » Cultural awareness
- » Networking
- » Introduction to Norwegian activities and sports
- » Job training sessions for spouses
- » Monthly newsletter in English

INN team: Randi Mannsåker and Inger Tone Ødegård

- The competence level within technology is high in Norway, and we must improve in reaching new markets by creating a product from an idea.

i-TekVR has already presented the idea to many of the larger companies in the region. The Petroleum Directorate, ENI and Statoil are scheduled for future meetings.

- We also hope to have a stand at ONS in order to share our ideas with many more, says Golovine. As is the situation for most entrepreneurs we have no money, and we are hoping for goodwill and support from entrepreneurial environments and appreciate being able to participate in the important meeting arenas and exhibitions.

ENTREPRENEURIAL REGION

Multicultural cities with migrants and an international skilled workforce score highly on creativity and innovation. Many cities in the US have had continuous growth in immigration. Many people come with a dream and not much else, and have had to be innovative in order to establish their own working environment.

- There is great pride in starting your own business in the cultures we come from, says Poulose.

Anastasia is an artist as well as engineer, and she says that coming from a multicultural background gives an extra dimension in the entrepreneurial mind-set. They all have a perception that there is a much larger market internationally and that the business idea is not just based on the Norwegian market. The five of them have established themselves in the region and consider themselves Norwegian.

- We actively participate in activities through our country of origin organisations, so we maintain a tie with our traditions and roots. Of course we also look at marketing our idea in these countries.

They all agree that organisations in the Stavanger region are far more switched on in regards to assisting business start-ups than previously due to the downturn in the oil and gas industry. They are also very proud of being part of this and making a difference. We would love to inspire other potential entrepreneurs and we are looking

INN EXPATS EVENTS IN MAY:

08.06 Do you have a business idea?

15.06 Active 2016 - Fishing

19.06 Active 2016 - Hike to Kjerag

29.06 Active 2016 - Hiking Randaberg!

09.07 Active 2016 - Learn how to use map and compass

www.rosenkilden.com

forward to participating in the Stavanger Chambers next entrepreneur event for expats - INN Entrepreneurs 2016 on the 24th of August.

April 2016

1987

utlyste jobber



Det ble registrert 1987 ledige stillinger i løpet av april i Rogaland. Det er en økning på 28,5 prosent sammenliknet med samme måned i fjor, og også betydelig høyere enn i 2014. Siden mai-tallene ikke ble offentliggjort før Rosenkilden gikk i trykken, er ikke tallene oppdatert siden sist utgave.

	apr.15	apr.16
Ledere	17	21
Ingeniør- og IKT-fag	97	76
Undervisning	223	283
Akademiske yrker	69	91
Helse, pleie og omsorg	436	520
Barne- og ungdomsarbeid	74	109
Meglere og konsulenter	29	22
Kontorarbeid	58	64
Butikk- og salgsarbeid	111	123
Jordbruk, skogbruk og fiske	8	9
Bygg og anlegg	185	309
Industriarbeid	76	125
Reiseliv og transport	90	127
Serviceyrker og annet arbeid	66	99
Uoppgitt	8	9
Totalt	1547	1987

Tallgrunnlaget til rekrutteringsindeksen utarbeides av NAV og presenteres hver måned i Rosenkilden. Indeksen viser hvor mange nye stillinger som ble lyst ut i løpet av hele måneden.

- Trivsel og ansvar



Verneombud Einar Vaula, daglig leder Egil Torgersen og tillitsvalgt Birger Galta er enige om at de har det kjekt på jobb, og at det er mye av grunnen til det lave sykefraværet.

Rennesøy Trafikk kan skilte med et rekordlavt sykefravær på rundt én prosent. – Trivsel, arbeidskultur og ansvarsfølelsen hos den enkelte er forklaringen, sier daglig leder Egil Torgersen. Og så har de laget egen låt med profesjonelt produsert musikkvideo. Det blir lagt merke til.



TEKST:
EGIL HOLLUND
FOTO: HENRIK MOKSNES/BITMAP

Isnitt er sykefraværet i Norge på over seks prosent. I transportbransjen er snittet enda høyere. I Rennesøy Trafikk hadde de 1,2 prosent sykefravær i fjor, 1,5 prosent i 2014 og 0,73 prosent i 2013. Med 45 ansatte er det ganske enkelt imponerende.

- Først og fremst tror jeg det handler mye om arbeidskultur. Hver enkelt av våre ansatte føler et stort ansvar for jobben sin, sier Torgersen.

Det høres enkelt ut, men er nok noe som familiebedriften har utviklet gjennom hele sin snart 80 år gamle historie.

- Selvsagt er det også en god porsjon flaks som gjør at fraværet har vært så lavt som under én prosent. Våre ansatte kan også bli alvorlig syke og sykefraværet kan

gir lavt sykefravær



stige. Og da skal vi være der og sørge for å legge til rette også dersom det skjer, sier Torgersen.

Men at et lavt sykefravær betyr mye for Rennesøy Trafikk og prioriteres høyt, er han meget klar på.

- Det er så enkelt at hadde vi hatt et sykefravær på over åtte prosent, hadde vi sannsynligvis ikke tjent penger, fastslår han.

RASKT PÅ PLETTEN

Rennesøy Trafikk driver i dag utelukkende med tungtransport og kjører for faste oppdragsgivere i regionen. Felleskjøpet, SR Transport, Coop, Nortura, Cardinal Food og Nortemp er blant de store kundene. Veksten har også vært betydelig.

- Etter at vi kjøpte Rørheim transport i 2011, har vi doblet omsetningen vår. Uten dyktige medarbeidere og lavt sykefravær, hadde ikke det vært mulig, mener Torgersen.



I fjor laget Rennesøy Trafikk sin egen musikkvideo.

HER KAN DU
SE FILMEN PÅ
YOUTUBE:



Men å forklare det med tradisjoner og arbeidsmoral, er kanskje litt for enkelt. Rett nok har Rogaland lenge hatt det laveste sykefraværet i landet på fem-seks prosent. Men rundt én prosent, som hos Rennesøy trafikk, er nok likevel en drøm for mange bedrifter – selv her i regionen.

- Hva er det dere gjør annerledes?

- Noe av det er at hver enkelt sjåfør har ansvaret for sin egen bil, sin rute og sine kunder. De styrer mye av sin egen hverdag. Dermed får de et naturlig eierskap og engasjement. Blir de syke, ordner de ofte opp og sørger for at en kollega stepper inn, uten at vi i administrasjonen involveres. Det forteller litt om ansvarsfølelsen de har, sier Torgersen.

Han fortsetter:

- Vi vektlegger også god dialog og god informasjon. Alle skal forstå grunnen til at vi gjør som vi gjør og hvorfor vi rapporterer som vi gjør. Når vi får nye ansatte eller nye lærlinger, prioriterer vi å bruke tid på å bygge kontakt å gjøre dem trygge i organisasjonen.

Til gjengjeld forsøker bedriften også å sette pris på de ansatte med gode ordninger. Siden mange tilbringer mesteparten av arbeidstiden ute på veien, er terskelen lav for å finne på noe utenom arbeidstid. Derfor organiseres det ofte middager, byturer og reiser. Ekkefeller eller kjærester blir alltid invitert med.

- Vi vektlegger det sosiale. Nå har vi også gått til anskaffelse av leilighet i Spania for å gi noe ekstra til de ansatte. Ser ut som det blir satt pris på, sier Torgersen.

FOLK TRIVES

Men en gjennomsnittlig ansiennitetstid i bedriften på mellom 12 og 13 år, virker det som om folk trives. Tillitsvalgt Birger Galta og verneombud Einar Vaula har jobbet i Rennesøy trafikk i henholdsvis 12 og 7 år.

De er enige med Torgersen i hvordan han beskriver arbeidsplassen.

- Tidligere kjørte jeg buss i et større selskap. Vi er jo ganske store nå vi også, men ikke såpass at vi bare blir et nummer i rekken. Her blir hver enkelt fulgt opp på en helt annet måte. Har du et problem, blir det alltid gjort noe med det. Det betyr noe, mener Galta.

- Vi har en god og trygg arbeidsplass med godt samhold der alle føler et stort ansvar. Det er nok hovedgrunnen til at vi har et såpass lavt sykefravær, sier Vaula.

TIL FILMEN

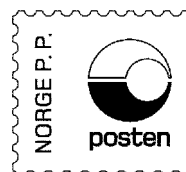
Og så til bedriftens egen låt og musikkvideo. Et eksempel på hva de har gjort for å ha det gøy og få folk til å trives.

- Det var en idé jeg fikk, og som jeg delte med Tor Øyvind Skeiseid. Han tente på ideen, og så begynte planleggingen, forteller Torgersen.

Skeiseid, kjent kulturpersonlighet fra Finnøy og tidligere NRK-journalist, fikk med seg musikerne Kjell Inge Torgersen og Leif Arild Steen og snekra sammen låten "Det e jo ingen sak". Alt ble gjort "... tvers igjennom skikkelig", som er visjonen og slagordet til Rennesøy Trafikk. TV 2-eide TVP sto for selve innspillingen og produksjonen, mens lydinnspillingen ble gjort i Sounds-Good Studio. All planlegging ble gjort i hemmelighet. Ikke før selve innspillingsdagen ble det avslørt hva de ansatte skulle være med på. Resultatet ble ganske så imponerende.

- Vi er godt fornøyde. Men poenget var ikke markedsføring eller at vi skulle nå ut til så mange. Først og fremst var det for å ha det kjekt sammen, forteller Torgersen.

Videoen ble selvsagt feiret med en skikkelig premiefest med ordfører til stede.



B-blad

Returadresse:
Næringsforeningen i Stavanger-regionen
Postboks 182
4001 Stavanger



INNSIKT //
GIR
UTSIKT //

PULPIT // 2016

NYE MULIGHETER

28. september 2016, kl. 9-16 // Stavanger konserthus

Hvordan løser vi fremtidens behov med regionens kompetanse?

PULPIT er Stavanger-regionens største og viktigste næringslivskonferanse!

PULPIT 2016 inviterer næringsliv, academia og forskning for å se nærmere på hvordan regionens kompetanse kan utvikles og forvaltes i fremtiden.

Foreløpig bekreftede foredragsholdere:



MONICA MÆLAND

Næringsminister i Nærings-
og fiskeridepartementet



KYRRE M. KNUDSEN

Sjeføkonom i SpareBank 1 SR-Bank



// Konferansier

ASLAK SIRA MYHRE

Direktør for Nasjonalbiblioteket

ÅRETS VIKTIGSTE MØTEPlass FOR NÆRINGS�IVET.
For mer info og påmelding, se **PULPIT.NO**

PULPIT // 2016
arrangeres av:

