

09
06

Rosenkilden

NÆRINGS-
LIVSMAGASINET

Hål i håve

- Det é jo heilt hål i håve. Et forslag som er så hinsides at det bare kunne være frem-satt av byråkrater på høyt hold. I gamle dager ville dette forslaget sannsynligvis raskt blitt innlemmet i Dusterforbundets annaler.

Side 4

Globale nomader

Mange bedrifter opplever i disse tider mangel på kvalifisert arbeidskraft. Hva gjør en bedrift som står klar til å tegne kontrakter om nye oppdrag og leveranser, men som ikke vet om den har kompetente folk til å utføre jobben?

Side 10



PROFILEN: JANNE JOHNSEN **SIDE 4-7**. DE NYE GLOBALE NOMADER **SIDE 10-12**. MENTORING **SIDE 14-15**. NY I NÆRINGSFOR-
ENINGEN: SPENNCON AS SANDNES **SIDE 16-17**. DISKRIMINERING I ARBEIDSLIVET **SIDE 18-19**. BEDRIFTEN I ROSENKILDEN: ENI
NORGE **SIDE 22-23**. REKRUTTERINGSUTFORDRINGER MOT ÅR 2010 **SIDE 24-25**. BEHOV FOR MELLOMLEDERKOMPETANSE **SIDE**
26-27. FREMDELES EN STOR AVIS **SIDE 28-29**. SVARTEKUNSTENS APOSTLER **SIDE 31**. COMMUNICATING EUROPE **SIDE 32-33**.
HAR DU DET BRA, GJØR DU DET BRA **SIDE 34-35**. SCENARIER 2020 **SIDE 36-37**. NYTENKER OG VEKSTSKAPER **SIDE 39-40**.
UTFORDRINGER PÅ ARBEIDSMARKEDET **SIDE 42-43**. TRENDGURUEN JOHN NAISBITT **SIDE 46-49**.

4		- Det é jo heilt håll i håve. Den slags kraftuttrykk er ikke vanlig å høre i lokalradioen. Vi skvatt ganske da vi hørte det for en tid tilbake. Men saken i seg selv var nok til at andre enn Janne Johnsen kunne slengt ut uttrykket. Les mer om profilen i Rosenkilden side 4 - 7.	11	Mange bedrifter opplever i disse tider mangel på kvalifisert arbeidskraft. Hva gjør en bedrift som står klar til å tegne nye kontrakter, men som ikke vet om den har kompetente folk til å utføre jobben? Egil Wathne i SMB Securities i Stavanger og Kaare Waatervik i Hå Nærings-hage As har noen ideer side 11
	Norge er inne i en økonomisk gullalder. Vi opplever en fortsatt oppgangskonjunktur i landet med bredt basert vekst i økonomien drevet av lave renter, høyt privat konsum og høyt nivå på oljeinvesteringene. Dette skriver Per Bergerud, administrerende direktør i Proffice side 25	25	I slutten av september kom trendgurun John Naisbitt til Stavanger og akvakulturkonferansen Aquavision. Godt plassert i en rød sofa oppe på podiet gav han tilhørerne nøkkelen til å forutse fremtiden samt sine meninger om oppdrett, EU og innovasjon – for å nevne noe. Og Rosenkilden fikk et eget intervju. Se side 46 - 49.	46

Rosenkilden følger redaktørplakaten. Ansvarlig redaktør: Jostein Soland. I redaksjonen: Erik Lindboe, Egil Rugland, Trude Refvem Hembre, Cathrine Gjertsen, Randi Øglænd, og Jan Gjerde. Utgivelse/produksjon: Næringsforeningen i Stavanger-regionen. Telefon: 51 51 08 80. Telefaks: 51 51 08 81. E-post: post@stavanger-chamber.no. www.stavanger-chamber.no. Opplag: 14.000. Forsidefoto: Eric Johanessen/BITMAP. Redaksjonen avsluttet 23. oktober 2006. Tema for neste nummer er Nye regioner – utfordringer og muligheter.

LEDER

KANNIBALISME OG KOMPETANSE

Norge går så det suser. Arbeidsledigheten er på et historisk lavmål. Skal veksten sikres, trenger vi kompetent arbeidskraft så det holder, skriver Proffice direktør Per Bergerud i denne utgaven av Rosenkilden.

Stavanger-regionen opplever knapphet på kompetent arbeidskraft, særlig innenfor olje- og gassområdet. Feltutbyggingsoppgavene står i kø. Offshorebedriftene har ikke kapasitet til å ta alle de oppgavene de nå tilbys. Også operatørselskapene mangler kompetente medarbeidere til sine utbygningsoppgaver.

MARKEDET

Derfor setter markedskreftene for alvor inn. Futuristen John Naisbitt ga i sitt foredrag under Aqua Vision i Stavanger nå i høst uttrykk for sin klokkeetro på markedskreftene: - the market place is the force. Der kåres vinnere og tapere, for markedet gir akkurat som fortjent.

Naisbitts utsagn kan ikke gjelde for vår region. Her opplever vi nå en konkurranse om ingeniører og økonomer uten sidestykke, en tidligere ukjent form for "kannibalisme". Les styreleder David Ottesens synspunkt på denne situasjonen bak i dette magasinet.

Poenget er at operatørselskapene nå henter nye medarbeidere fra sine leverandører mens serviceselskapene må forholde seg som andre næringsvirksomheter til skattesystemet. Er det slik at operatørselskapene bare bruker 22 øre av egne midler for hver krone for å skru lønsspiralen oppover? 78% skulle ha gått til sta-

ten – som oljeskatt. Situasjonen blir underlig når nettopp operatørselskapene i nedgangstider har sagt opp mange ansatte. Dette har de gjort for å sikre sine børsverdier fra kvartal til kvartal uten tanke på de langsiktige konsekvensene for energiklyngen.

Dette markedet ligger nok utenfor John Naisbitts erfaringsområde. I kampen om kompetansen innenfor energiområdet møter vi ikke de mekanismene som ellers gjelder i åpne markeder.

UTFORDRINGEN

John Naisbitt mener at det er en økonomisk prioritering som er like viktig uansett land: utdanning. For det er ikke bare økonomien som er globalisert – det gjelder også kampen om talentene. Når den norske regjeringen har foreslått å redusere bevilgningen for eksempel til Universitetet i Stavanger, er dette en type kort-siktighet som skyldes manglende innsikt i kampen om de talentene som også skal utløse ressursene – globalt sett.

Statoil har vist at det går an å skape en global virksomhet ved å begynne nasjonalt for så å bevege seg globalt.

Skal vår region lykkes i å bli et europeisk tyngdepunkt innen energi, må vi investere større ressurser i utdanning, forskning og utvikling. Dagens arbeidsmarked viser en knallhard kamp om talenter. Talentene søker kompetansemiljøer og da sier all fornuft at det er slike miljøer vi må videreutvikle. Da vil vi oppleve at våre "energinomader" beveger seg fritt mellom vår region og vårt land og resten av verden – der energi står på dagsorden.



KUNNSKAP TIL MATAUK

Slik kunne vi fortsette vår tankerekke gjennom industri- og informasjonssamfunnet og fram til i dag. Til det såkalte kunnskapssamfunnet eller drømmesamfunnet. Eller hva vi måtte kalle det.

Alt handler om kunnskap. For grunntrekkene i veide-mannens samfunn og vårt skal ifølge framtidsforskerne – når de ser seg tilbake – være de samme. Det dreier seg om jakten på mening – om å forstå tilværelsens forut-setninger – slik høvdingene visste å fortelle disse til sine undersåtter. Gjennom myter og sagn som svar på de utfordringer som stammen måtte stå overfor. Enten de lot seg forklare eller ei.

I dag har de fleste av oss tilgang til det meste vi måtte trenge. Vi har tatt tingene, og tingene har tatt oss. Da starter vi på ny den urgamle jakten etter mening, slik at kunnskap om oss selv, om våre forutsetninger og muligheter igjen kommer øverst på dagsorden. Fordi gammel og ny kunnskap blir vår kompetansekapital for vår felles verdiskapning. For å sikre og styrke vår konkurransekraft.

GLOKALT

Til potetene igjen: – Verdiskapning handler i utgangspunktet om å se muligheter, enten ved å gjøre naturgitte muligheter produktive, eller la tenkekraften utvikle ideer som kan la seg produsere.

Intet på denne vår jord er derfor i sitt prinsipp mer lokalt enn verdiskapning, fordi det handler om mennesket og dets meget lokale muligheter. Slik bygges verdiskapingen opp. Noen blir høvdingene og andre undersåtter. For så å slåss om de globale markedene.

Vi snakker om globale muligheter med lokale forutsetninger. Om å arbeide glokalt. Slik som f.eks. energiklyngen i vår region gjør. Er du god hjemme, kan du bli god ute. Den som vet hvor hun kommer fra, har større muligheter å bevege seg i retninger som med tiden viser seg å være de riktige.

EU OG NORGE

Dette er også utgangspunktet for EUs Lisboaerklæring i 2000: Innen 2010 skal EU ha utviklet verdens mest konkurransedyktige og dynamiske konkurransebaserte økonomi. I 2005 måtte EU erkjenne at veksten i USA er den doble av EUs, mens Kinas viser den femdobbelte. At Norge har samme vekst som USA, skyldes ene og alene oljeprisen. Norge er fortsatt en sinke når det gjelder vilje til å investere i forskning og høyere utdanning. Totalt sett.

Vårt fyndord om dumme bønder og store poteter får slik sett mening. Norge ved Stortinget får langt mer enn fortjent. Fordi våre folkevalgte ikke sikrer framtidens høst – på annen måte enn gjennom vårt statlige pensjonsfond, som gir dårlig grobunn for nye vekster.

Vi skal ikke presse potetbildet for langt. Likevel – det handler om ikke å spise settepotetene. Det gjør regjeringen – når bevilgningene til Universitetet i Stavanger legges så lavt at regionens ledende forsknings- og utviklingsmiljø innen petroleumsfaget i europeisk sammenheng ikke gis anledning til å ta de glokale utfordringene som regionens og landets eneste internasjonale industriklynge, petroleumsindustrien, nå står overfor.



Tekst: Jostein Soland
Tegning: Bjørn Helgøy

VÅR GLOKALE UTFORDRING

- De dummeste bøndene får de største potetene, blir det sagt. Tilsynelatende som uttrykk for at det kan være så som så med belønningen og takken her i verden.

Dette kan neppe stemme. Det har nå alltid vært slik at den som har visst å bruke hodet, også har vært den som har høstet de største gevinstene. Over tid. Både når det har vært snakk om materielle og immaterielle verdier.

Slik sett blir vår påståtte inntreden i kunnskapssamfunnet feil og derfor urimelig. Kunnskap i forhold til hva? Spør vi.

Er det ikke nettopp bondens evne til å se mulighetene i gjødsel, planter og årstider som har gitt de store avlingene? Og sikret oss både tryggere og bedre mat? Like gjerne som jegeren og fiskeren i urgamle tider visste hvor de største dyrene og fiskene var. Og lærte seg hvordan dyret og fisken skulle fanges og bevares slik at maten kunne sikres og sulten unngås. Der denne type kunnskap og erfaring ble den kompetansen stammen bygde hele sin eksistens på?

Jostein Soland

I den blå åker

- Det é jo heilt håll i håve.

Den slags kraftuttrykk er ikke vanlig å høre i lokalradioen. Vi skvatt ganske da vi hørte det for en tid tilbake. Men saken i seg selv var nok til at andre enn Janne Johnsen kunne slengt ut uttrykket. Det var forslaget om at bomstasjonen på Sokn var verneverdig som utløste det verbale skytset. Verningen skulle koste den nette sum av 4,3 millioner kroner. Et forslag som er så hinsides at det bare kunne være fremsatt av byråkrater på høyt hold. I gamle dager ville dette forslaget sannsynligvis raskt blitt innlemmet i Dusteforbundets annaler.



Tekst: Egil Rugland

Foto: Eric Johanessen/BITMAP

Vi vet ikke om det var Janne Johnsens utbrudd som gjorde at forslaget ble skrinlagt. Men en uke etter den lokale radioepisoden, proklamerte samferdselsminister Liv Signe Navarsete (Signe henne) at saken var død og begravet. Men vi velgere setter pris på at politikere som Janne Johnsen sånn inn i mellom sier hva de mener uten å være tåketalere.

På televisionen så vi henne nylig i celebret selskap med kronprins Haakon og ordfører Leif Johan Sevland i forbindelse med åpningen av verdens ledende hav-

bruksmesse AquaVision i Stavanger. Det var Janne Johnsens første representasjonsoppgave som påtroppende daglig leder i Blue Planet. En stilling hun tiltrådte formelt 1. oktober.

Janne Johnsen på dypt vann? Neppe. Det skal mer til for den tidligere statssekretæren i Fiskeridepartementet og politisk rådgiver i utenriksdepartementet og annen politisk ballast. Mat inkludert fisk er heller ikke noe ukjent område. Prosjektlederjobb for Fagforum for mat og drikke ga sannsynligvis mersmak for det resulterte i boken "Spis her!" En guide til Norges beste spisesteder langs landeveien. En bok som i utgangspunktet kan virke noe tynn med tanke på de uunngåelige tilbudene på kjøttkaker, biffsnadder og løvbiff som standard

menytilbud på fedrelandets veikroer. Laks, ørret, kveite og breiflabb er ikke direkte gjengangere på spisesteder ved fjell og fjord.

Det hører nok mer hjemme på Sola Strand hotell. Et hotell som hun bortimot vokste opp i under Jan Johnsens faderlige ledelse. Det er muligens bakgrunnen for at hun siden tok en master i internasjonal hotell-ledelse på Norsk hotellhøgskole med innlagt opphold i Florida.

DAGLIG LEDER

Nå har hun nettopp inntatt daglig lederstolen i tomannskontoret i Lagerveien 23 på Forus. Et bygg som også huser Stavanger-regionen Næringsutvikling og som en gang var tilholdsstedet til avisen med norsk rekord i levetid: Tre måneder



for Vestkysten.

Det er selvsagt tilfeldig at Janne Johnsen nå går til Blue Planet. Det er slett ikke nødvendig at arbeidssteder til Høyre-politikere skal ha noe som minner om blått i navnet. Men det er uansett politikk vi menigmenn- og kvinner forbinder med Janne Johnsen. Ikke fisk – så langt. Det er mulig at fisk kan sette nye spor etter seg i tiden som kommer.

Politikerengasjementet er sannsynligvis også arvet etter Jan Johnsen, som satte ikke minst humørfylte spor etter seg i lokal og nasjonal politikk som bystyremedlem og stortingsrepresentant, før han omkom under en tragisk drukningsulykke.

Janne Johnsen fikk forespørsel om å overta daglig leder-stillingen i Blue

Planet etter Jan Soppeland som gikk tilbake til oppgaver i Stavanger Aftenblad.

- Jeg hadde forut hatt arbeidsoppgaver for Blue Planet på timebasis, sier Janne Johnsen. Nå skal jeg være i Blue Planet i første omgang frem til jul. Det blir en tid som blir mye preget av strategiarbeid.

AQUAVISION

I så måte var AquaVision, som fikk mye mediedekning, en utmerket anledning til å få en føling med bransjen.

- AquaVision gikk kjempebra, sier Janne Johnsen. Det var 479 deltakere fra hele verden fra 32 ulike land, og vi fikk positive tilbakemeldinger på våre evalueringsskjemaer på det faglige området. Det betydde mye at kongehuset var representert med kronprins Haakon. Det bidrar

til å sette næringen på agendaen. Det er et viktig signal fra kongehuset.

- Kongehuset bidrar også i tillegg aktivt til gjøre norsk fisk kjent. I Kjell Magne Bondeviks tid var både Kong Harald, dronning Sonja og kronprins Haakon med for eksempel under besøk i Japan, og var viktige ambassadører for fisk. I en markedsføringssammenheng er det av uvurderlig betydning.

Blue Planet skal samle interessenter innen akvakultur, og sette på agendaen saker som er av betydning for bransjen. Akvakultur er en av verdens raskest voksende næringer, og sørger for at millioner får tilgang til verdifull mat. I en slik sammenheng representerer oppdrettssektoren og akvakulturen store muligheter. Det er disse mulighetene Blue Planet



skal kommunisere til markedene. Det er derfor helt nødvendig å meisle ut en strategi for den voksende industrien.

EKSPORT

- Fiskerindustrien med både villfisk og oppdrettsfisk har store fremtidige muligheter, sier Janne Johnsen. Det er i dag en eksportandel på 97% i sektoren. Det er i høy grad en global næring med eksport til 140 land. Nå er prisene knallgode, men slik har det ikke alltid vært. Vi må være forberedt på at prisene ikke vil gå til himmels. Det er ikke lenger siden enn perioden 2000-2002 at det var mange produsenter som slet, og var ute av stand til å drifte anleggene. Men det er et enormt potensial med tanke på fremtiden.

- Jeg vil trekke frem Eksportutvalget for fisk, som har kontorer ni steder i verden og gjør en strålende jobb for å markedsføre industrien. Ikke minst for å øke salget av norsk sjømat. Journalister fra flere land har vært på besøk på anlegget til Marine Harvest på Hjelmeland for å lære mer om norsk oppdrett. Det har resultert i mange gode artikler og innslag i medier i de aktuelle land. Den som kanskje har vært mest aktiv her er min gode venn Arne Sørvig som jeg jobbet sammen med i Fagforum for mat og drikke før han

ble eksport-utsending i Spania.

KNALLSPENNENDE

- Dette er en knallspennende bransje, sier Janne Johnsen. Det er en fremtidsnæring, og vi må sørge for å spille på lag med miljøet. Men det sier seg i grunnen selv, oppdrettsnæringen selv vil være dem som er mest opptatt av at det er et rent havmiljø, noe annet vil jo påvirke produktet. Lakseindustrien har allerede nådd langt, og det er en lys fremtid også for andre oppdrettsarter, og utviklingen må skje på naturens premisser. Det betyr at vi må sørge for at oppdrettsanleggene opererer på lag med naturen, og at både rømming og andre utfordringer tas på alvor. Potensialet i Norge er enormt, vi har seks ganger mer hav enn landareal. Den blå åkeren er altså seks ganger større enn den grønne - tenk på de mulighetene!

Nå er det noen skjær i sjøen - for ikke å si havet - for norsk fiskeeksport. Janne Johnsen understreker at det ligger store utfordringer når det gjelder å få bukt med handelshindringene i markeder som USA, EU og Russland, store og viktige markeder for norsk sjømat. Norge har hatt handelshindringer på sjømat, spesielt laks, siden begynnelsen av 90-tallet. Å få på

plass en WTO-avtale vil derfor være svært viktig for denne næringen. Med en eksportandel på 97% sier det seg selv at markedsadgang er viktig. Her må vi bare erkjenne at næringens største konkurrent, Chile, har vært langt mer offensive enn oss.

POLITIKK OG FISK

På sett og vis er det Janne Johnsens politiske karriere som har ført henne over til fisk. Janne Johnsen har allerede i mange år vært en profilert Høyre-politiker, og det førte henne om ikke til kongens bord, så i hvert fall til fiskeriminister Svein Ludvigsens bord, som statssekretær i 2003 med oppdrettsnæringen som spesialområde. Der ble hun sittende til Bondevik II-regjeringen gikk av i 2005.

- Det var et fantastisk privilegium å få lov til å være med på politisk arbeid på det planet. Det ble en mulighet til å gjøre noe for en næring. Sammen med statsråden reiste vi rundt og kom i kontakt med folk i alle deler av næringen, med spørsmål om det var noe vi kunne gjøre for å gjøre deres hverdag litt enklere. Og vi fikk mange gode innspill, ikke minst fra miljøet her hjemme. Så vi forandret både lover og forskrifter for å gjøre det enklere å være næringsaktør.



- Oljevirksomheten har lang tid igjen, sier Janne Johnsen. I alle fall i min levetid vil oljen være den viktigste industrigrenen. Men det ligger interessante muligheter også i koplingen mellom olje og fisk. Det er ingen tvil om at havbruk har en stor fremtid.

Nå forbinder de fleste av oss fiskeri-
næringen med en næring med ganske
mange tusen hender i arbeid. Vi har alle
en gang i tiden sett TV-innslagene med
fiskeriarbeidere som behandlet fisken
bokstavelig talt på løpende bånd.

AUTOMATISERING

- Den vanlige fiskeriarbeideren er på vei
bort, konstaterer Janne Johnsen. I min tid
i departementet var jeg sammen med
statsråden med på å åpne et nytt silde-
anlegg i Svolvær. Der var det fem ansatte
hvorav fire hadde annen kompetanse enn
på fisk, blant annet både automatiker og
elektriker. Ny teknologi har redusert
kostnadene. Det er få som trenger å
håndtere fisk nå lenger. Prosessen er
helautomatisk, og i denne bransjen - som
for andre - er det alles kamp mot alle for
å få tak i de gode hodene.

DE GODE HODENE

Nå befinner mange av de gode hodene
seg allerede i oljebransjen. På den annen
side har mange spådd at havbruk kan bli
et næringsbein som det kan bli godt å stå
på i fremtiden, når oljevirksomheten går
inn i solnedgangen.

- Oljevirksomheten har lang tid igjen,
sier Janne Johnsen. I alle fall i min leve-

tid vil oljen være den viktigste industri-
grenen. Men det ligger interessante
muligheter også i koplingen mellom olje
og fisk. Det er ingen tvil om at havbruk
har en stor fremtid.

- Men det er nok av utfordringer. Det er
nok av arealer langs kysten. Det viktige er
å sørge for at arealene kan tas i bruk til
næringsvirksomhet, og nettopp det er en
politisk oppgave.

Så har det seg sånn at vi innfinner oss
på Forus på selvsamme dag som regje-
ringen skal legge frem statsbudsjettet.
Men utover det selvfølgelig politiske
engasjementet, vil det uansett dryppe lite
til havbrukssektoren.

- Det som kan bety noe for oss er om
det blir mer midler til forskning. Det er
mye å forske i på det marine området.

POLITIKKEN

- Jeg er nok arvelig belastet når det gjel-
der interessen for politikk, sier Janne
Johnsen. Men faktum er at vi aldri disku-
terte politikk i familien.

Janne Johnsen har tross sine relativt
unge år satt spor etter seg i politikken. 28
år gammel ble hun leder av Rogaland
Høyre. I 1999 valgkompleder for Rogaland
Høyre. Det endte med et brakvalg for
Høyre. I 16 år har hun vært med i

Rogaland fylkesting. I 1998 ble hun med-
lem av Høyres sentralstyre før stats-
sekretær oppgaven er et foreløpig klimaks
på politikerkarrieren. Nå er hun nevnt
som en kandidat til å overta posisjonen
som fylkesordfører.

Det kan tyde på høye politiske ambisjo- ner?

- Jeg har vel aldri hatt de store politiske
ambisjonene, sier Janne Johnsen en
smule overraskende. Så langt har det
vært kjekt, men den dagen det ikke er
kjekt lenger, er det slutt. Når det gjelder
fylkestingsvalget skal det gjennomføres
en nominasjonsprosess, et valg og for-
handling før en kan snakke om posisjo-
ner. Men det er klart det hadde vært
spennende. De politiske ambisjonene
strekker seg til å være med for å oppnå
noe, få gjort noe. Enten det er skolepoli-
tikk, veier eller helse. Det er fremdeles
mye ugjort.

Så får vi se om det i flere politiske
sammenhenger blir grunn til å gjenta at:

- Det é heilt håll i håve.



Rosenkildehuset

et annerledes tilbud til ditt julearrangement
i  av Stavanger

Rosenkildehuset - stedet for julebord og andre sammenkomster - i spesielle og fredelige omgivelser - med en personlig atmosfære - midt i hjertet av Stavanger. I samarbeid med Ostehuset har vi gleden av å tilby juletallerken og dessert *eller* 3-retters middag, begge inklusiv aperitiff, vin til maten og avec til kaffen - fra kr. 870. Servering og leie av lokalene er inkludert.

Telefon 51 51 08 84, e-post m-soras@stavanger-chamber.no



Møter i Næringsforeningen 31. okt. - 30. nov.

Lunsjmøte i Rosenkildehuset

Torsdag 2. november KL 1200 - 1500

HVORFOR ER HMS VIKTIG FOR OSS?

Helse-, miljø- og sikkerhetsarbeid i en bedrift kan ha stor betydning for selskapets suksess og utvikling. I Fabricom er HMS arbeidet en integrert del av virksomheten og vi vil gjerne dele våre erfaringer, og utveksle synspunkter med andre som ønsker å vite mer om vår praktiske tilnærming til HMS-arbeidet.

Foredragsholdere:

Per Oscar Knudsen, viseadm. dir. Fabricom AS og Thor Gunnar Dahle, sjefingeniør Petroleumstilsynet

Seminar i Rosenkildehuset

Fredag 3. november KL 1200 - 1500

GODE TRAINEE-ORDNINGER - HVA BETYR DETTE FOR NÆRINGSLIVET OG STUDENTER?

Næringsforeningen inviterer til et møte mellom studenter, næringsliv og utdanningsinstitusjonene der trainee-ordninger og praksis under utdanning settes på dagsorden.

Foredragsholdere:

Arild L. Johannessen, konserndirektør Organisasjon, HR Sparebank 1 SR-Bank, Rolv Ravn Waldeland, ingeniørleder Subsea 7, Anne Selnes, strategi- og kommunikasjonsdirektør UiS, Bjørn Bugge, direktør BI, Catrine Utne Pettersen, daglig leder Ungt Entreprenørskap

Lunsjmøte i Rosenkildehuset

Tirsdag 7. november KL 1100 - 1300

FLERKULTURELL ARBEIDSSSTYRKE - UTFORDRINGER OG MULIGHETER

Senario 2020 antar at 2/5 av veksten i sysselsettingen vil komme i form av innvandring fra utlandet.

- Hvordan er vi forberedt på større grupper av utenlandsk arbeidskraft?

Foredragsholdere:

David Ottesen, direktør Ziebel AS, Marie Smith Solbakken, fagleder IGOR, Agnes Johansen, HR Specialist Nordic and Baltics GE Money Bank og Dustin Lipson, Head of Risk Departement Norge GE Money Bank

Heldagskonferanse i samarbeid med Logistikkforeningen.no i Rosenkildehuset

Torsdag 9. november KL 0900 - 1600

LOGISTIKKDAGEN 2006

UTFORDRINGER I DEN GLOBALE FORSYNINGSKJEDEN

Næringslivets behov for samhandling i et stadig mer globalisert marked. Utfordringene med internasjonale forsyningskjeder, infrastruktur og effektive logistikk/distribusjonsløsninger blir viktig for nasjonens konkurransekraft.

Foredragsholdere:

Alan Braithwaite, chairman, LCP Consulting, professor at Cranfield University, Torgeir Høien, porteføljeforvalter - Skagen Fondene, Magnus Skretting, direktør Marine Harvest Johanne Brendehaug, FoU sjef Tine BA, Jaap Vogelaar, conseiller logistique, Operational Logistics, Total HQ (Paris), Erling Matland, managing director Vetco Aibel

Lunsjmøte i Rosenkildehuset

Fredag 10. november KL 1100 - 1300

VERDIEN AV KUNNSKAP - KAN DEN SYNLIGGJØRES?

Kunnskapsmakt versus posisjonsmakt

Foredragsholder:

Thor G. Johansen, teknisk direktør Boeing Europa

Seminar i Rosenkildehuset

Tirsdag 14. november KL 1200-1500

MANGEL PÅ PERSONELL OG PRODUKSJONSKAPASITET

Styrket konkurranseevne med å benytte utførelses- og arbeidsmarkedsbedrifter.

- Hva betyr NAV for næringslivet?

- Hva kan arbeidsmarkedsbedriftene bidra med i et stramt arbeidsmarked?

Kort presentasjon av:

AKS - Arbeid Kompetanse Service AS, Allservice, Forus Industri, Fretex, Invivo AS, Jæren Industripartner, Ranso og Sandnes Proservice

Bedriftsbesøk Scana Steel Stavanger, Jørpeland

Torsdag 16. november KL 1100 - 1300

KRAFTUTBYGGING SOM VERDISKAPING

Jørpeland Kraft har søkt om å ruste opp og bygge ut Jørpelandsvassdraget.

- Planene/søknaden fra Jørpeland Kraft

- Omvisning på Scana Steel Stavanger

- Kort om Leverandørutviklingsprosjektet

Foredragsholdere:

Kjell Øyvind Pedersen, adm. dir. Scana Steel

Stavanger og Svanhild Nessa, leder kultur og næring Strand kommune

Lunsjmøte i Rosenkildehuset

Fredag 17. november KL 1100 - 1230

INTERN KUNDETILFREDSHET

Mange bedrifter er blitt mer kundeorienterte og har fast kundetilfredshetsundersøkelser. Men hvordan står det til med den interne kundeorienteringen?

Foredragsholdere:

Trygve Forgaard, daglig leder og rådgiver Markedsføringshuset, Geir Olav Håland, leder for IKT Sandnes Sparebank og Arild Melberg, avdelingsleder for IKT Lyse Energi AS.

Kveldsseminar i Rosenkildehuset

Tirsdag 21. november KL 1800 - 2100

IKT-LØSNINGER FOR SMB'ER - STRATEGISKE VEIVALG

Seminalet fokuserer på hva en gründer må ta stilling til i en langsiktig IKT-strategi. Presentasjon av case.

Lunsjmøte i Rosenkildehuset

Fredag 24. november KL 1100 - 1230

ENERGIÅRET 2006 - HVORDAN ER ENERGI-BALANSEN I ROGALAND- BETYR DET NOE? - Muligheter og trusler på kortere og lengre sikt?

Seminar i Rosenkildehuset

Tirsdag 28. november KL 1200 - 1500

SUKSESSKRITERIER FOR OPPSTARTSBEDRIFTER - FRA IDÉ TIL INTERNASJONAL MARKEDSADGANG

- Nyskaping og kommersialisering
- En vellykket oppstarts-bedrift?
- Internasjonalisering fra dag én?
- Risikokapital - hvem og hvordan?
- Casebeskrivelser

Foredragsholder:

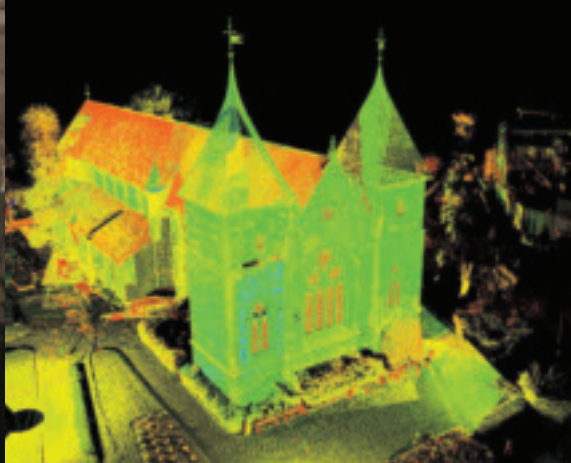
Bjarne Uldal, daglig leder Radianc AS m.fl.

Årets bedrift 2006 i Rosenkildehuset

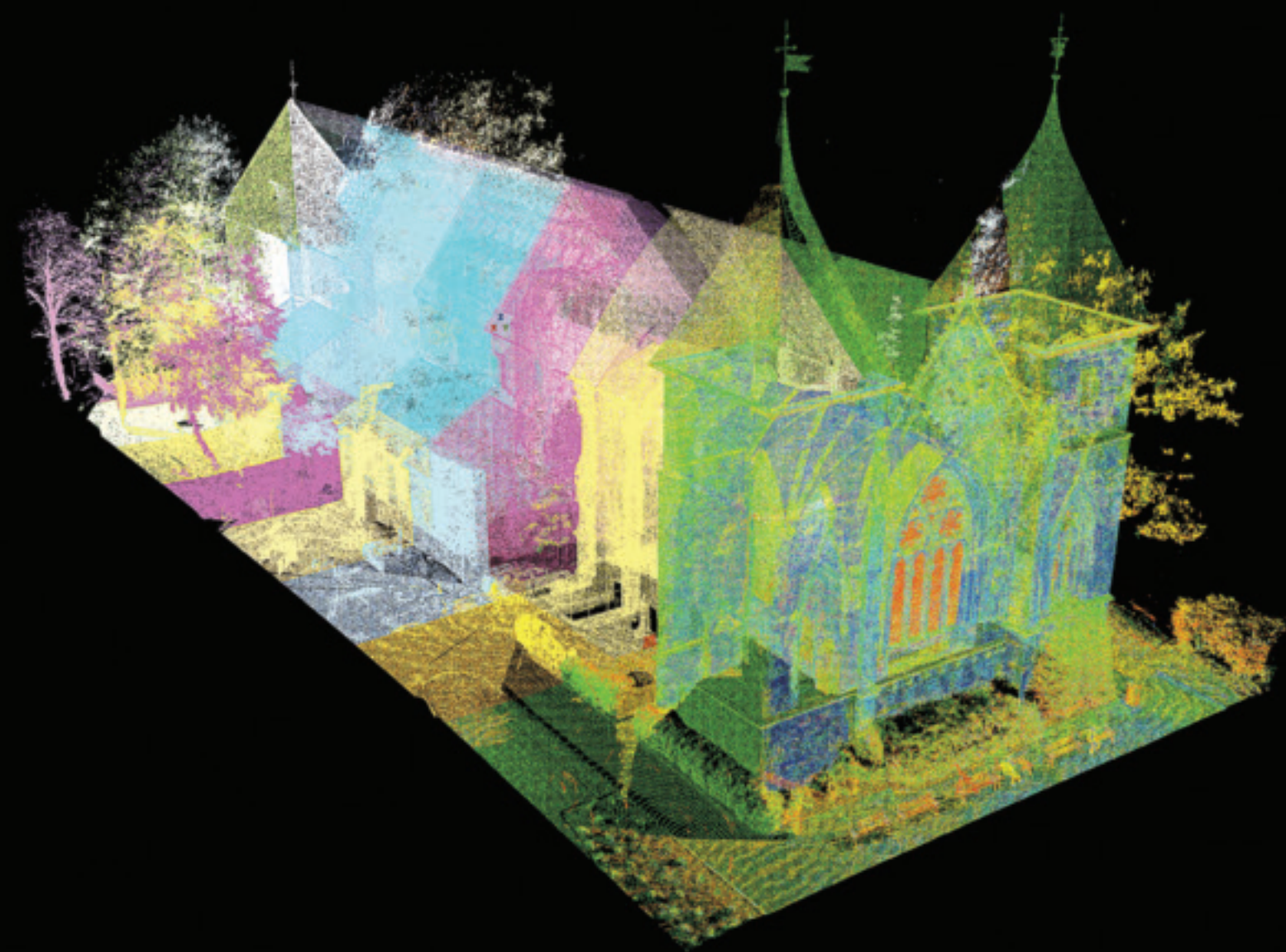
Torsdag 30. november KL 1900 - 2300

KÅRING AV ÅRETS BEDRIFT

Årets bedrift er en pris etablert av Næringsforeningen og Handelsbanken Stavanger. Formålet er å stimulere bedriftskulturen og å høyne næringslivets status overfor regionens innbyggere og myndigheter.



Helt til venstre og helt til høyre detaljer fra kirken i den labyrintiske undergrunnen i dypet av Wielicska saltgruver, et av UNESCOs verdensarvsteder som befinner seg ved Krakow. Stavangerfirmaet Capnor har ved hjelp av lasermålinger og avansert digitaliseringsverktøy registrert de eksakte dimensjoner og plasseringene av objektene i det fantastiske kirkerommet.



Stavanger Domkirke ble grundig oppmålt og dokumentert ved Gerhard Fischers restaureringsarbeider i perioden 1939 - 42 og i årene etter annen verdenskrig. Illustrasjonen viser hvordan dette arbeidet kan gjøres i dag med moderne laserteknologi.

De nye globale nomader

Mange bedrifter opplever i disse tider mangel på kvalifisert arbeidskraft. Annonsemedia og rekrutteringsfirmaer har gulltider. I avisene søkes det etter spesialister via helsides firefargersannonser. Hva gjør en bedrift som står klar til å tegne kontrakter om nye oppdrag og leveranser, men som ikke vet om den har kompetente folk til å utføre jobben? Egil Wathne i SMB Securities i Stavanger og Kaare Waatervik i Hå Næringshage AS har noen ideer – og litt til – som de gjerne vil dele med Rosenkildens lesere.



Tekst: Jan Gjerde
Foto: Capnor AS

- Nomader kjennetegnes av at de flytter etter ressursene. De slår seg ned der matfatet er, høster og reiser videre. Denne metafor kan brukes til å beskrive den situasjon mange kunnskapsintensive bedrifter befinner seg i i dag. Det kan være gode argumenter for at en bedrift heller er tjent med å flytte deler av sin virksomhet til der kompetansen befinner seg, enn å konkurrere om en knapp ressurs hjemme i Norge. Det kan også være mye rimeligere og enklere å oppsøke kompetansen der den finnes, enn å be den komme til høykostlandet Norge, sier Egil Wathne, styreleder i Hå Næringshage på Nærbø.

Det er ikke India og Fjerne Østen han har i tankene. Og det primære er heller ikke å tappe regionen for arbeidsplasser ved å flytte virksomheter til lavkostland. Han er ute etter en vinn-vinn-situasjon for regionens arbeidsliv, og mener at løs-

ningen ligger så å si rett foran stuedøren, nærmere bestemt i Polen.

- Etter at EU ble utvidet med ti nye medlemsland i 2004, ble EØS-avtalen endret slik at Norge for å få markedsadgang til de nye medlemslandene - er forpliktet til å betale ti milliarder kroner som skal finansiere utviklingsprosjekter i disse landene over en femårsperiode. Akkurat våre penger kalles for "The Norwegian Financial Mechanism". 40% av midlene er øremerket prosjekter i Polen. Kort fortalt betyr dette at norske bedrifter kan oppnå betydelig finansiell bistand for realisering av prosjekter i Polen. Vi fant ut at regionen Malopolska, sør i Polen og med universitetsbyen Krakow som regionhovedstad, oppfylte våre kriterier, utdyper daglig leder i Hå Næringshage, Kaare Waatervik. De har vært sentrale i arbeidet med å bygge ut nettverket på myndighets- og organisasjonsplan i Malopolska-regionen.

Hvilke kriterier tenker du på?

- Malopolska, som har 3,2 millioner innbyggere, kjennetegnes av tre konkurransemessige fortrinn som i vår sammen-

heng er av stor betydning. For det første har regionen en konsentrasjon av folk med meget høy utdanning og kompetanse, blant annen innen tekniske fag og realfag på meget høyt akademisk nivå. Universitetsbyen Krakow har 150.000 studenter. For det andre er regionen lokalisert i hjertet av Sentral-Europa med ypperlig infrastruktur i forhold til store markeder i alle himmelretninger. Fra Krakow til Wien tar det eksempelvis åtte timer med bil. Og for det tredje er dette en region med visjoner og sterk vilje til utvikling. Vi kan ha mye å tilføre fra vår region, sier Waatervik.

Dette høres ut som en honningkrukke. Rogalandsbedrifter står kanskje allerede i kø?

- Vi har satset på å bygge opp kompetanse og nettverk i regionen for å gjøre terskelen så lav som mulig. Vi har et unikt nett av samarbeidspartnere som matcher tilsvarende institusjoner og organer i vår egen region. Det er dette som er vårt tilbud, og her samarbeider vi også med Rogaland Fylkeskommune og SIVA (Selskap for Industrivekst SF). Det

hele er i starten, og særlig ordningen med Financial Mechanism viser seg å være komplisert. Prosjektene skal meldes opp som et ønske fra polske partnere. De skal først godkjennes av polske myndigheter for deretter å gå til godkjenning i Financial Mechanism Office i Brussel. Dette kontoret har 20 ansatte, og det hadde sin første utlysning av prosjektmidler i august 2005. Dette er et arbeid i spenningspunktet mellom politikk, økonomi og jus. Før man går inn i slike prosesser, er det viktig å vite nøyaktig hva man går til. Kommer man skjevt ut fra hoppkanten, kan man lett sitte tilbake med mye tidsforbruk og kostbare reiser, uten å ha oppnådd noe substansielt, advarer Egil Wathne. Han er styreleder i SMB Securities i Stavanger og har i en mannsalder arbeidet med corporate finance og tilrettelegging og presentasjon av blant annet nyskappingsprosjekter for offentlige og private finansinstitusjoner.

Er det Rogalandsbedrifter som er på plass i Malopolska?

- Ja, og jeg vil nevne én som viser at det er flere veier til målet: Man trenger ikke nødvendigvis å gå veien om pengene i Brussel. Bedrifts- til bedriftssamarbeid kan være svært attraktivt når man treffer den rette partner, eller man kan rett og slett starte opp egen virksomhet i regionen og høste fordeler av det. Teknologiselskapet Capnor med hovedkontor i Stavanger har nettopp etablert et kompetansesenter i Krakow for digital scanning og 3D CAD modellering. Avdelingen i Polen har i dag 10 ansatte og planlegger å ekspandere til omkring 50 innen 2008. Bedriften, med Sørco-Gruppen AS som største aksjonær, har også avdelinger i Toronto og Aberdeen. I Krakow fant Capnor den kompetanse de trengte for å kunne ekspandere etter markedets muligheter. Dette er et eksempel på typer oppgaver som kan utføres egentlig hvor

som helst, bare tilgangen på kompetanse er god. Det skal ikke legges skjul på at denne ekspertise også er mye rimeligere i Polen enn i Norge. Dette gir bedriften et konkurransemessig fortrinn som styrker virksomheten i Stavanger, forteller Egil Wathne.

Han er for øvrig styremedlem i Sørco og har derved kunnet tilføre selskapet nettopp kompetanse og nettverk i Polen.

For SMB Securities og Hå Næringshage handler det om å bygge opp spisskompetanse på forretningsmulighetene i akkurat denne regionen, og å tilby den til hele spekteret av regionens næringsliv som må se utenfor landets grenser for ekspandere.

www.haanaeringshage.no

www.capnor.com

www.eeagrants.org

SMB Securities A/S ble etablert i 1995, lokalisert i Knud Holmsgate 5, Stavanger. Selskapets formål er operativ økonomisk rådgivning. Rådgivere og eiere er Egil Wathne (styreleder). Roald Moi, Jan Egeland og Odd Martinsen. SMB har opprettet et selskap i Polen for "Business-relations"-aktiviteter. Dette selskapet Cebi Polska S.A,

har forretningsadresse i Krakow. Norske interessenter eier 80 prosent av selskapet med Hå Næringshage A/S som den største. Polsk minoritets-eier er Janusz Kahl (dansk/svensk honorær konsul i Krakow). Selskapet utvides nå med polsk operativ rådgiver.

Fakta



Et samarbeid med Stavanger Symfoniorkester åpner for de utroligste muligheter. Oppdag et klassisk og humørfylt orkester. Det smitter. Kontakt oss på 51 50 88 30 og spør etter markedssjef Monica Hammervold.

Har du det slik du vil ha det?

Snakk med en bank i vekst

www.sandnes-sparebank.no



PRICEWATERHOUSECOOPERS 

*Kostnadseffektiv revisjon
Bedriftsrådgivning
Generasjonsskifte
Risikostyring
Juridisk bistand
Skatterådgivning*

PricewaterhouseCoopers DA

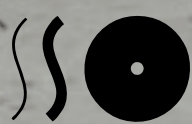
Forus Atrium
Postboks 8017
N-4068 Stavanger
Telefon 02316

<http://www.pwc.com>

**GITT DINE ANSATTE ET
HELT SYMFONIORKESTER**
HVIS DE OPPFØRTE SEG FINT?
(ELLER HVIS DU VILLE AT DE SKULLE GJØRE DET.)

Foto: Knut Bry

Hovedsponsor i 16 år:



STATOIL
forandrer hverdagen

Mentoring:

En eldgammel kunstart som øker humankapitalen i bedriften



I sin mest trivielle form betyr mentor en erfaren person med spesiell kunnskap innen ett fagområde, som veileder en mindre erfaren person til å nå det samme kunnskapsnivået. Mentoring er en enestående



Tekst: Truls Engstrøm
Foto: Sigbjørn Sigbjørnsen/ SRN

Bruken av mentoring kan spores helt til bake til bibelen hvor mentorpar som Moses & Joshua og Elijah & Elisha beskrives. Men mentoring i moderne tid stammer fra gresk mytologi, hvor Odysseus ba sin beste venn Mentor om å oppdra og veilede hans sønn Thelemakos til å bli en god og vis regent. Til tross for lang bruk av mentoring i flere land er de fleste former for mentoring i Norge relativt tilfeldige og sjeldent særlig godt organisert. Det nærmeste man kommer er

fadder-ordninger og trainee-ordninger, som minner om mentorkonseptet. Disse fyller egentlig en annen funksjon. Andre varianter kalles for mentoring, eller kanskje coaching. Disse ignorerer imidlertid de to viktigste bestanddelene i mentorrelasjonen – at din mentor aldri kan være din egen sjef og at mentoring alltid er en en-til-en relasjon.

FORDELENE MED MENTORING

Fordelene med mentoring er mange. I doktorgraden min brukte jeg over 1.000 respondenter i norske bedrifter. Den viser at individuelle fordeler som høyere grad av arbeidstilfredshet, karriere-tilfredshet og motivasjon er viktige resultater for både mentorer og mottaker/adepter, uan-

sett om mentorprosessene er formalisert i organisasjonen eller foregår uformelt blant de ansatte. I tillegg viser det seg at de som har en mentor innen sin egen organisasjon, i mindre grad ønsker å slutte i organisasjonen, samtidig som de er langt mer involvert i arbeidet enn de som ikke har en mentor.

Et annet funn i doktorgradsavhandlingen er at mentorrelasjonen fungerer best hvis mentor er nøyaktig to nivåer høyere i organisasjonen enn sin adepter. Grunnen til dette er at for adeptens del vil en mentor som er mer enn to nivåer høyere i organisasjonen være vanskelig å forholde seg til. De snakker nødvendigvis ikke samme språk, og de har gjerne forskjellige referanserammer. Fra mento-



måte å utvikle mennesker på, innen de fleste fagområder. Mentoring gir utbytte både til den som veileder, den som søker veiledning, og til hele organisasjonen hvis det gjøres på riktig måte.

rens ståsted vil det tilsvarende oppfattes som mindre gunstig dersom adepten er mindre enn to nivå lavere, siden man da ikke føler seg komfortabel med å videreformidle sin kunnskap og sine erfaringer på en gjennomtenkt og reflektert måte.

MENTOR BØR HENTES FRA EGEN BEDRIFT

Dersom en velger å ha en mentor utenfor egen bedrift, er sannsynligheten større for at adepten slutter i bedriften for å finne karriere-veier andre steder.

Bruken av mentoring er vanligvis begrenset til uformelle avtaler mellom individer som allerede er blitt venner. Gjennom å stole på denne tilfeldige metoden for å få i stand en mentor-relasjon,

mister organisasjonen en viktig mulighet til å videreutvikle humankapitalen i bedriften.

VIKTIG Å STIMULERE TIL MENTORING

Min forskning viser dessuten at hvis man ikke på en eller annen måte stimulerer til mentoring i organisasjonen, vil primært de som er utadvendte ta initiativ til en mentorprosess. Det vil si at personer som ikke er direkte utadvendte vil komme utenfor de uformelle relasjonene, til tross for at effekten av mentoring er minst like positiv for personer med andre personlighetstrekk. I tillegg vil organisasjonen være uten innvirkning på hvem som kan og bør delta i mentoringprosesser, og uten

mulighet for å gi direkte støtte for å skape effektive relasjoner.

Truls Engström er førsteamanuensis i service ledelse på Samfunnsvitenskapelig fakultet ved Universitetet i Stavanger. Han har flere års erfaring med etablering og fasilitering av mentorprosesser både i egen bedrift og internasjonalt som partner i det verdensomspennende nettverket MMHA- The managers mentors. Truls disputerte i januar 2006 ved University of Northumbria, UK med sin avhandling ?Individual determinants of mentoring success? Avhandlingen ble premiert med Dr Hope Richardsons Award for outstanding mentoring research.

A man with short grey hair and glasses, wearing a black leather jacket over a black t-shirt and dark jeans, stands smiling in front of a large concrete bridge structure. The bridge has multiple levels and is supported by yellow metal beams. The background is a clear blue sky. The man's hands are in his pockets.

Mulighetene og variasjonene er også mange for dem som ønsker å bygge med betongelementer, forklarer daglig leder Helge Helvig i Spenncon AS Sandnes

Rå på råbygg

Betongelementbedriften Spenncon AS Sandnes har aldri hatt mer å gjøre. Oppdragene står i kø; boligblokker, kontorbygg, skoler og kjøpesentre skal reises. – Jeg har vært 33 år i bransjen, men jeg har aldri opplevd større aktivitet enn nå, sier daglig leder Helge Helvig.



Tekst: Cathrine Gjertsen
Foto: Eric Johanness/BITMAP

Et presset arbeidsmarked gjør det ekstra krevende for den lokale avdelingen av Spenncon AS, Norges største leverandør av betongelementer, å møte den økte etterspørselen. – I den siste tiden har vi fått inn en del folk gjennom vikarbyråer. I dag ansatte vi tre nye medarbeidere fra Polen. De var innleid i tre måneder, men de fungerte så bra her at vi tilbød dem fast jobb i produksjonsavdelingen. Takket være gode opplegg med språkopplæring og samarbeid med fagforeningen så har vi fått inn engasjerte og motiverte medarbeidere, forteller Helvig. Det er ikke bare i produksjonsavdelingen det er mangel på arbeidskraft. I administrasjonen har de behov for ingeniører, men de er ikke lette å oppdrive i Rogaland.

– Vi har problemer med å levere betongelementene i tide. Jeg liker det dårlig når vi ikke klarer å innfri kundenes tidsmessige forventninger, sier Helvig. Akkurat nå jobbes det på spreng for å realisere bl.a. Hundvåg Allé, et nærings- og boligprosjekt, Jåtten videregående skole samt et nytt akuttmottak på Stavanger Universitetssjukehus.

BETONGELEMENTFYLKET ROGALAND
Selv om ordrebøkene er fulle, er det likevel konkurranse i det regionale betong-

markedet. – Vi har alltid hatt et godt konkurranseklima her i fylket. Det har gjort at vi hele tiden må skjerpe oss. Konkurransen og krav til stadige forbedringer har gjort oss til det fylket i landet hvor det brukes mest betongelementer, sier Helvig.

Det leveres også betydelig med betongelementer fra Rogaland til andre deler av landet. Blant de største produsentene i tillegg til Spenncon, er AS Betong og Block Berge Bygg AS lokalisert i henholdsvis Sandnes og Klepp kommuner. I tillegg finnes flere mindre produsenter med et smalere produktutvalg.

– Som følge av det sterke presset i markedet, ser vi også at det importeres elementer bl.a. fra Danmark, Tyskland og Baltikum. På grunn av store transportkostnader gjelder dette i hovedsak arbeidsintensive elementer som trapper og balkonger.

– I begynnelsen på 90-tallet var situasjonen helt motsatt. Da var det meget tøffe vilkår for norsk byggeindustri, noe som medførte at en vesentlig del av vår produksjon ble eksportert til Sverige, forteller Helvig.

BETONGHUS TIL FOLKET

Spenncon Sandnes leverer prosjekter til industri, kontor og forretningsbygg, men i de senere år har en stor andel av aktiviteten vært knyttet til boligmarkedet. Interessen for småhus i betong er oppadgående. Helvig bor selv i et trehus, men ville helt klart laget ett i betong om han skulle

bygget nytt hus i dag. – Det er mange fordeler med å bo i et betonghus; betongen akkumulerer varme fra dagen og holder på det utover kvelden, og så er det mer brannsikkert enn tre, sier Helvig.

MULIGHETENES MATERIALE

Mulighetene og variasjonene er også mange for dem som ønsker å bygge med betongelementer, forklarer Helvig. – Som overflate kan du bruke maling, farget betong, frilagt naturstein eller slipt overflate. I tillegg egner betongen seg utmerket til mer spesielle utforminger, sier Helvig.

Spenncons oppdrag har vært varierte både i størrelse og design. Helvig husker godt arbeidet med å produsere elementer til bølgebrytere på Ekofisktanken i 1974: – Det var et helt spesielt oppdrag både på grunn av omfanget, men også på grunn av de store kravene til betongkvalitet, nøyaktighet og leveringstid gjorde dette prosjektet spennende og utfordrende.

Selv om betong for de fleste oppfattes som en hard grå masse, drives det også utvikling og forskning på dette området. Flytbetong, eller såkalt selvkompimerende betong, er det nyeste av det nye: – Flybetongen renner som vann, men er like sterk som tradisjonell betong. Den flytende kvaliteten gjør at en slipper å bruke vibrator for å få betongmassen til å fordele seg. Dette reduserer både støy og arbeidsbelastning for medarbeiderne våre, forklarer Helvig.

Spenncon Sandnes ble etablert i Stavanger Kommune i 1960 under navnet Stavanger Spennbetong A/S. I 1980 flyttet bedriften til Foss Eikeland i Sandnes Kommune. Bedriften ble en del av Spenncon AS i 1991 og har i dag 80 medarbeidere. Spenncon AS inngår i det internasjonale

konsernet Consolis som er Europas ledende produsent av prefabrikkerte betongelementer. Konsertnet har 40 produksjonsanlegg i 11 land. Consolis har en samlet omsetning på over 4 milliarder NOK og har ca. 4.100 ansatte.

Nye regler rammer diskriminering i arbeidslivet

Sakker kvinnene i bedriften akterut i lønnsutviklingen i forhold til mannlige kollegaer? Får eldre arbeidstakere dårligere muligheter til karriereutvikling? Ble en søker med annen etnisk bakgrunn forbigått ved forfremmelse? I så fall kan det foreligge indirekte diskriminering som gir grunnlag for erstatningskrav mot bedriften. Nye regler bør skjerpe bedriftenes årvåkenhet når det gjelder likebehandling.



Tekst: Thomas Smedsvig
Foto: Norsk Hydro

Fra 1. januar 2006 har vi fått en omfattende ny lovgiving som verner mot diskriminering i samfunnet generelt og i arbeidslivet spesielt. Diskrimineringsforbudet er nå hjemlet i flere lover. Det gir enkeltmennesket et styrket vern og pålegger arbeidsgivere et øket ansvar. Både arbeidsgiver og arbeidstaker bør derfor være kjent med de mange nye regler som rammer diskriminering i arbeidslivet.

ARBEIDSMILJØLOVEN

hadde tidligere et vern mot diskriminering som særlig gjaldt ved ansettelse. Den nye loven verner nå mot diskriminering ved alle sider av arbeidsforholdet, herunder ved

- utlysning av stilling og ansettelse
- omplassering og forfremmelse
- opplæring og annen kompetanseutvikling
- lønns- og arbeidsvilkår
- opphør av arbeidsforhold

Alle arbeidstakere, også deltidsansatte og midlertidig ansatte, er omfattet av diskrimineringsvernet.

Bestemmelsene i arbeidsmiljølovens kapittel 13 verner mot diskriminering på grunn av politisk syn, medlemskap i arbeidstakerorganisasjon, seksuell orientering, funksjonshemming eller alder. Både direkte og indirekte diskriminering rammes. Med indirekte diskriminering menes enhver tilsynelatende nøytral bestemmelse, betingelse, praksis, handling eller unnlattelse som faktisk virker slik at en person stilles dårligere enn andre av grunner som nevnt foran. Det innebærer for eksempel at dersom kvinnelige eller eldre arbeidstakere sakker akterut i lønnsutviklingen i en bedrift, kan dette bli ansett som en indirekte diskriminering som rammes av forbudet.

Dersom arbeidssøker eller arbeidstaker legger fram opplysninger som gir grunn til å tro at det har funnet sted diskriminering, må arbeidsgiver sannsynliggjøre at dette likevel ikke er tilfelle. Bevisbyrden veltes med andre ord over på arbeidsgiver.

Det finnes flere unntak fra diskrimineringsforbudet. Forskjellsbehandling som har et saklig formål, ikke er uforholdsmessig og ikke er nødvendig for utøvelse av arbeid eller yrke, rammes ikke. Likeledes rammes ikke særbehandling som bidrar til å fremme likestilling, såkalt positiv særbehandling.

Konsekvensen av overtredelse er at den

som rammes kan kreve oppreisning (dvs. erstatning for ikke-økonomisk tap) hos arbeidsgiver uten hensyn til skyld. Dersom det foreligger uaktsomhet eller klanderverdig adferd hos arbeidsgiver, kan den krenkede i tillegg kreve erstatning for økonomisk tap etter alminnelige regler for erstatning.

LIKESTILLINGSLOVEN

beskytter mot diskriminering på grunn av kjønn og gjelder på alle samfunnsområder. Også her rammes så vel den direkte som den indirekte diskriminering. Det innebærer at også handlinger som tilsynelatende er kjønnsnøytrale, men faktisk virker slik at det ene kjønn stilles dårligere enn det annet, er forbudt.

Enkelte bestemmelser i likestillingsloven omhandler arbeidsforhold særskilt. Det er for eksempel ikke tillatt å forskjellsbehandle kvinner og menn ved ansettelse, forfremmelse, oppsigelse eller permittering. Loven pålegger arbeidsgiver en plikt til å arbeide aktivt, målrettet og planmessig for likestilling mellom kjønnene.

Virksomheter som skal utarbeide årsberetning, pålegges å ta inn i denne en redegjørelse for den faktiske tilstand i bedriften m.h.t. status for likestilling.



Enkelte bestemmelser i likestillingsloven omhandler arbeidsforhold særskilt. Det er for eksempel ikke tillatt å forskjellsbehandle kvinner og menn ved ansettelse, forfremmelse, oppsigelse eller permittering. Loven pålegger arbeidsgiver en plikt til å arbeide aktivt, målrettet og planmessig for likestilling mellom kjønnene.

DISKRIMINERINGSLOVEN

beskytter mot diskriminering på grunn av etnisitet, nasjonal opprinnelse, avstamning, hudfarge, språk, religion og livssyn. Loven gjelder på alle samfunnsområder. Både direkte og indirekte diskriminering rammes.

Loven inneholder et uttrykkelig forbud mot trakassering på grunnlag som nevnt, og arbeidsgiver pålegges en særskilt plikt til å forebygge og søke å hindre at trakassering skjer i tilknytning til arbeidsfor-

hold. Det innebærer at arbeidsgiver kan bli holdt ansvarlig dersom det på arbeidsplassen finner sted slik diskriminering uten at bedriftens ledelse griper inn eller har iverksatt tilstrekkelig forebyggende tiltak.

Et nytt likestillings- og diskrimineringsombud er opprettet fra 1. januar 2006. Ombudet skal bl.a. behandle klager på lovbrudd, gi informasjon om juridiske retigheter og føre tilsyn med at diskrimineringslovgivningens bestemmelser over-

holdes. Erfaringen så langt tyder på at dette ombud vil få seg forelagt mange saker fra arbeidslivet.

De nye reglene er i stor grad basert på EU-direktiver som med dette er implementert i norsk lov. Flere EU-land har erfart en stor økning i antall saker som gjelder brudd på ulike diskrimineringsforbud. Det er grunn til å anta at dette er en utvikling vi vil oppleve også i Norge i tiden fremover.

Thomas Smedsvig er partner i Advokatfirma Smedsvig Heitmann DA. Han har drevet egen advokatpraksis i Stavanger siden 1984 og hatt møterett for Høyesterett siden 2001. Han har praksis fra Olje- og energidepartementet, fra internasjonalt oljeselskap og som dommerfullmektig. I tillegg til arbeidsrett, arbeider han særskilt med petroleumsrelatert virksomhet og kontraktsrett.

Advokatfirma Smedsvig Heitmann DA er et lokalt for-

ankret advokatfirma med åtte medarbeidere, med praksis som strekker seg tilbake til 1979. Advokatfirmaet driver alminnelig praksis, med hovedtyngden av saker innen det forretningsjuridiske området, særlig i tilknytning til arbeidsrett, eiendomsentreprise, kontraktsrett samt olje- og gassvirksomhet.

For nærmere opplysninger: www.smedsvigheitmann.no.

NORSIK Segenmark

Smart • Unik • Sikker

Innovativ leverandør av tjenester som omfatter sikker identifikasjon
www.norsik.no



Vil du være med på laget?

Fabi AS er et konsulent- og rekrutteringsselskap med spesialkompetanse innen finans, økonomi og regnskap. På grunn av sterkt økende etterspørsel utvider vi vår konsulentstab og søker medarbeidere som kan tiltre stillinger som **Business Analyst, Senior Controller, Project Controller og Well Accountant**. Vi tilbyr konkurransedyktige betingelser og utfordrende stillinger i attraktive fagmiljø. Vil du være med på laget?

**Ta kontakt med oss i dag for en uforpliktende samtale
- du når oss på telefon 4000 3696.**

www.fabi.no

fabi
1995 - 2005



IP telefoni og betalingsterminal via internett.

Smarte løsninger. Så får du gjort mer av det du tjener penger på.

Hesbynett as • telefon 51 53 20 53 • www.hesbynett.no

HESBYNETT



Kluge Advokatfirma DA

Kluge er et av landets ledende advokatfirmaer på det forretningsjuridiske området, med kontorer i Stavanger, Oslo og Bergen. Kluge bistår så vel norske som internasjonale aktører og offentlige selskaper, institusjoner og organer.

Som et ledd i å dekke våre klienters samlede behov for juridiske tjenester innenfor det forretningsjuridiske området, har Kluge også særlig kompetanse innenfor arbeidsrett. Vi bistår alt fra større børsnoterte selskaper til små og mellomstore foretak i forbindelse med omstillinger, omstruktureringer og virksomhetsoverdragelser. Vi arbeider også med individuell og kollektiv arbeidsrett og Kluge prosederer jevnlig oppsigelsessaker for domstolene.

For mer informasjon, se vår hjemmeside www.kluge.no, eller kontakt advokat Marianne H. Higson, marianne.higson@kluge.no
advokat Johan Krabbe-Knudsen, johan.krabbe-knudsen@kluge.no

KLUGE

Handlekraft og regional tilhørighet

Kruse Smith Forus omfatter Bygg, R.O.T. og Kruse Bolig.

Kruse Smith oppfører alle typer boligbygg, private og offentlig yrkesbygg. Vi besitter betydelige ressurser i form av dyktige prosjektledere, egne fagarbeidere og moderne utstyr.

Vi var blant de første til å satse tungt på rehabilitering. Siden midten av 80-tallet har vi bevisst bygget erfaring og spisskompetanse innen Rehabilitering, Ombygging og Tilbygg – R.O.T.

Kruse Bolig utvikler og selger boliger, og ligger langt framme når det gjelder arkitektur og totaløsninger for boligområder. Samlet er vi i dag en av regionens største og mest handlekraftige byggeaktører, og evner å ta ansvar for utlike typer byggeprosjekter fra tidlig idéfase, til utarbeiding, drift og vedlikehold.

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



Universitetet
i Stavanger

KS KRUSE SMITH
www.kruse-smith.no



VISSTE DU AT
DANMARKS
STØRSTE ENERGI-
SELSKAP HAR
KONTORER I
STAVANGER?

DONG Energy er resultatet av en storstilt dansk fusjon, som betyr at vi nå er et av nordens ledende energiselskap med mer enn 4.500 medarbeidere.

I dag er vi med i alle faser av energiens vei frem til forbrukeren – fra boreplattformer i Nordsjøen, el- og varmeproduksjon på kraftverkene og i vindmølleparkene, til vi selger energien og transporterer den frem til kundene.

Det skaper en meget høy forsyningssikkerhet og gir oss den nødvendige kompetanse til å utvikle virksomheten.

Vi arbeider hele tiden med å omsette vår erfaring og viten til nye og enda bedre løsninger – til det beste for våre kunder og det samfunn vi er en del av.

LES MER OM OSS PÅ WWW.DONGENERGY.COM

DONG
energy



- Eni Norge har vært med på leting og utvikling av olje- og gassreservene i Barentshavet og Norskehavet fra pionerperioden i begynnelsen av 1980-åren, forteller ansvarlig for samfunnskontakt i Eni Norge, Helge Sørås

Eni. Det høres ukjent ut? Hva med Eni Norge. Det høres kanskje like ukjent ut? Men hva med Agip, for ikke å si Norsk Agip. Det lyder kjent? Da iler vi til med å forklare at Eni opprinnelig står for Ente Nazionale Idrocarburi, og er identisk med det italienske oljeselskapet som er en stor aktør på verdensbasis. På norsk sokkel har selskapet vært representert i Nordsjøen helt siden 1964, som medlem av Phillips-gruppen sammen med Fina, da som Norsk Agip. Like lenge har selskapet vært en aktør regionalt. I dag ligger hovedkontoret til Eni Norge på Forus, nesten vegg i vegg med Statoil, med rundt 160 ansatte inkludert ca 20 konsulenter. I løpet av ett års tid vil et nytt bygg stå klart nær golfbanen på Forus.



Tekst: Egil Rugland

Foto: Markus Johansson/BITMAP

Det er mulig at noen husker utbyggingen av Shell-raffineriet i slutten av 1960-årene. Den skjedde ved hjelp av italienere, og de som husker ekstra godt, vil

også erindre at deler av den lokale mannlige befolkningen ikke var begeistret for denne lille invasjonen av italienere. De tok visstnok jentene fra de lokale sjarmørene.

Nå hersker det fred og fordragelighet mellom nordmenn og italienere på Forus. Det kan ansvarlig for samfunnskontakt i Eni Norge, Helge Sørås, innfødt Stavanger-mann lattermildt bekrefte.

- Det er vel 20 italienere her, sier

Sørås, og det er ikke snakk om noe kulturtokollisjon i det hele tatt. Det viktige for oss at italienerne holder et meget høyt faglig nivå innenfor tekniske fag.

Sørås har ikke nevneverdig italiensk blod i årene, snarere Hinna-blod, og kom til Agip i sin tid for 15 år siden, etter 13 år i ConocoPhillips og med utdanningsbakgrunn som siviløkonom fra Norges Handelshøyskole i Bergen.

GOLIAT DET STORE FELTET

I dag har Eni Norge eierandeler i feltene Ekofisk, Heidrun, Norne, Åsgard, Mikkell, Kristin, Urd og Tyrihans. Men det er Goliat-feltet 85 km fra Hammerfest som er selskapets første mulige utbyggingsprosjekt som operatør. På dette feltet, med 65% eierandel, er Eni Norge slett ingen David. Feltet har i følge dagens beregninger en fordeling av olje og gass i forholdet 75-25%.

- Eni Norge har vært med fra pionerperioden i begynnelsen av 1980-årene når det gjelder leting og utvikling av olje- og gassreservene i Barentshavet og Norskehavet, sier Helge Sørås.

- Det var i 2000 at Eni oppdaget Goliat-feltet som det første betydelige oljefunnet i Barentshavet. I startfasen anslo vi oljereservene til å være rundt 50 millioner fat, men nye funn høsten 2005 indikerer reserver på ca 250 millioner fat. Det gjør Goliat til det vi kan kalle et mellomstort felt. I høst bores det ytterligere to brønner for å øke kunnskapen om feltet.

BÆREKRAFTIG UTVIKLING

- I sensitive områder som Barentshavet er vi nødt til å satse sterkt på en bærekraftig utvikling. Det betyr at når feltet er ferdigprodusert, skal vi etterlate et miljø som er like friskt som da vi begynte. Det ligger i utgangspunktet i forvaltningsplanen i St.m. 8 med nullutslippsregelen. På denne bakgrunn har Eni Norge satset sterkt på å holde en høy miljøstandard. Det innebærer blant annet bruk av miljøvennlige kjemikalier, avfallshåndtering,

oljevern (i samarbeid med lokal og nasjonal beredskap) og grundige miljøundersøkelser.

- Nå er sannsynligheten for utslipp meget lav, men den kan aldri bli null. Det betinger at vi bruker det beste av tilgjengelig utstyr i forhold til hvor vi er. Risiko er produktet av konsekvensene av et uhell multiplisert med sannsynligheten for at uhellet kan skje. Dette innebærer at vi må arbeide for at både konsekvens og sannsynlighet skal være lavest mulige. Et overordnet mål er derfor å redusere risiko gjennom god planlegging og en organisasjon som er fokusert på helse, miljø og sikkerhet, sier Helge Sørås.

ALTERNATIVER

Eni Norge har forskjellige utbyggingsalternativer for Goliat-feltet. Det gjelder undervannsløsninger med prosessering på land og flytende produksjonsheter med prosessering på plattform, ilandføring av gassen, med eller uten ilandføring av oljen.

Norsk olje- og gassvirksomhet er som vi vet i ferd med å få et nytt fotfeste i Nord-Norge. Det stiller krav til lokal kompetanse og generelt rekruttering av kompetansepersonell.

LOKALE RESSURSER

- Vi ønsker å rekruttere flest mulig lokale fagpersoner og gjøre bruk av lokale bedrifter, sier Sørås. Vi vil også legge vekt på å benytte lokale underleverandører som gir ringvirkninger til lokalsamfunnene. På den annen side er det også

aktuelt å få kompetansepersonell fra andre steder til å bosette seg i nord. Det vil gi tilvekst i kompetansearbeidsplasser i nord, og ungdom som tar relevant utdanning vil få muligheter til å bli.

I den forbindelse er det nå planer om et utdanningssamarbeid i petroleumsfag mellom Universitetet i Tromsø og Universitetet i Stavanger sammen med IRIS og Norut. En avtale vil bli underskrevet i løpet av oktober.

REKRUTTERING

- På området rekruttering har vi en jobb å gjøre for å få fatt i de rette personene, sier Helge Sørås. - På den bakgrunn er det positivt at det nå er større søkning til realfag og petroleumsfag på Universitetet i Stavanger. OLF har også hatt en kampanje for å stimulere ungdommen til å ta realfags- og petroleumsutdanning. Dette er tiltak som på sikt vil bedre rekrutteringssituasjonen.

- Norge er et interessant område for Eni, sier Sørås, selv om det ikke er stort nok til å være et kjerneområde. Ca 8% av Enis samlede produksjon på noe over 1,7 millioner fat pr. dag skjer i Norge.

Det gjør at Eni Norge i 2005 hadde driftsinntekter på 15,2 milliarder kroner og et årsresultat på nærmere 2,5 milliarder kroner.



Din lokale ekspert innen WebSphere og Domino teknologi



DK Digital leverer skreddersydde løsninger innen intranett- og internett portaler ved bruk av standard programvare. Kontakt oss for å få eksperthjelp innen oppgraderinger, utvikling og integrasjonstjenester.



IBM Lotus software

IBM WebSphere software

post@dkdigital.no telefon: 51 85 84 60 www.dkdigital.no



Rekrutteringsutfordringer mot år 2010

Norge er inne i en økonomisk gullalder. Vi opplever en fortsatt oppgangskonjunktur i landet med bredt basert vekst i økonomien, drevet av lave renter, høyt privat konsum og høyt nivå på oljeinvesteringene. Denne veksten kan bidra til en raskere stigning i sysselsettingen enn ventet, meldte Norges Bank i forbindelse med sitt rentemøte 26. april i år.



Tekst: Per Bergerud, adm. direktør i Proffice
Foto: Sigbjørn Sigbjørnsen/SRN

Sysselsettingen øker, og arbeidsledigheten faller. SSB viste i sin Arbeidskraftundersøkelse (AKU) til 50.000 flere sysselsatte og 15.000 færre arbeidsledige i snitt i 1. kvartal i 2006 sammenlignet med 1. kvartal i 2005.

Mange utlyste ledige stillinger, 39 prosent flere i april i år enn i fjor og ca. 800 stillingsannonser per dag i media, indikerer at arbeidsledigheten vil forsette nedgangen, melder Aetat.

Det er dessverre ikke samsvar mellom behovet for, og tilgangen på arbeidskraft!

Frem til 2010 anslås veksten i arbeidsstyrken til 100.000.

Behovet for flere ansatte i offentlig og privat tjenesteproduksjon er på 320.000 personer. Dette er bare tilstrekkelig til å dekke behovet i kommunal tjenesteproduksjon. Alt annet arbeidskraftbehov må dekkes på annen måte.

Et svar kan være arbeidsinnvandring. Men tiltak som øker arbeidsstyrken, tiltak som bedrer produktivitet og effektivitet, demper behovet for arbeidsinnvandring. Desto mer vellykket tiltakene er - desto mindre vil behovet for arbeidsinnvandring være.

Til sammen utfører de 2,40 millioner sysselsatte i Norge 2 millioner såkalte normalårsverk.

Statistikk viser at 200.000 årsverk går hvert år tapt som følge av sykefravær, og nærmere 324.000 personer i arbeidsdyktig alder er uføretrygdet. I år 2005 alene, fikk ca. 31.000 nye personer innvilget

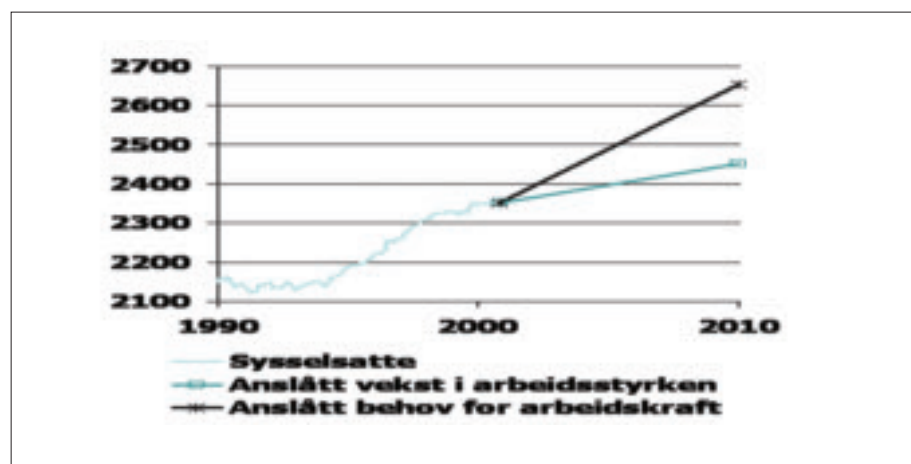
uføretrygd. Dette reduserer landets produksjonsevne.

Det må lønne seg å arbeide selv om arbeidsevnen er noe redusert.

Summen av sykefravær, uføretrygdede, og økende antall "tidligpensjonister" betyr at det her må kunne gjøres noe.

Ovennevnte bilde viser at gapet mellom behov og tilgjengelighet er økende. Noe løses i dag gjennom økt grad av midlertidig arbeidskraft som tar av for sesongsvingninger etc, men man må kanskje i større grad være villig til å dele ressurser mellom flere arbeidsgivere. I tillegg må det tenkes nytt for å sysselsette flere seniorer (les pensjonister), og å få flere uføre som kan mestre det i forhold til helsetilstanden, ut i arbeid.

Dette er en utfordring som våre politikere, NHO og våre arbeidstakerorganisasjoner må ta på alvor!



Per Bergerud er utdannet økonom fra BI. Han har arbeidet som markedsconsulent i Forenede Forsikring, salgssjef og forsikringssjef i Gjensidige Buskerud Vestfold, avdelingsdirektør i Gjensidige Stor-Oslo og som salg- og markedsdirektør i Vår Bank og Forsikring. Han er nå adm.dir. i Proffice. Bergerud er kanskje mest kjent som skihopper, der han bl.a. tok VM gull i stor bakke i Innsbruck i 1985.

Økende behov for mellomlederkompetanse

Et nylig gjennomført strategi- og omstillingsprosjekt inkluderte en kjent bedrift i regionen. Med de muligheter og omstillinger vi erfarer for tiden, er det åpenbart et skrikende behov for å ta vare på og videreutvikle mellomledere i organisasjoner.



Tekst: Dag Høiland,
partner i Cape Performance as

VEKST OG EKSPANSJON ER DAGENS MANTRA

Ekspansjon, oppkjøp, fusjoner, organisk vekst, nye produkter, ny teknologi og internasjonalisering er for tiden sentrale stikkord for mange selskaper i regionen.

Dette gjelder de fleste bransjer, men kanskje spesielt i selskaper som arbeider inn mot Olje og Gass industrien. I denne industrien er det krefter som drar lokale selskaper ut til nye områder utenfor Vest Afrika, kysten av Brazil eller til Asia.

Selskaper i en slik ekspansjon setter fokus på det operative. Det er naturlig i en hektisk hverdag der mulighetene banker på døren. De fyller ordreboken og jobber hardt for å møte leveransene i inngåtte kontrakter. Leveringsdatoer for nybestillinger flytter seg til etter 2010, de reiser for å etablere nye kontakter og de inngår samarbeidsavtaler med nye underleverandører og nye kunder.

Selskaper i regionen vår opplever spennende og krevende tider. Og det er flott.

NOE MÅ JO FALLE MELLOM TO STOLER

Klarer lederne å holde fokus i slike 'gulltider'? Alt burde vel kanskje stå på toppen av agendaen i ledermøtene, men det er dessverre ikke plass til alt øverst. Kanskje viktige punkter ikke får plass i



Tekst: Rune Øygard,
partner i Cape Performance as

det hele tatt, eller flyttes til neste ledermøte. Her ligger utfordringen!

Hva skal ha høyest prioritet? Et gammelt ordtak sier at "de beste slåttekarene er de som stopper opp for å slippe låen". Nye punkter presses inn på lederagendaen når en f.eks. begynner å levere i nye geografier, gjør et oppkjøp eller nyansette skal introduseres i virksomheten hver uke. Det krever i tillegg god ledelse å håndtere en dobbelt topplinje, og samtidig ha fokus på å øke bunnlinjen tilsvarende.

Få bedrifter tar seg tid til å slippe låen, til å sette av tilstrekkelig ressurser til å bygge den organisasjonen som en dobbelt topplinje med leveranser i nye geografier krever, for å skape en varig vekst som også skal fortsette når markedet blir litt tyngre.

La oss se nærmere på mellomledelsens behov for ny kompetanse.

BEHOV FOR MELLOMLEDER-KOMPETANSE

Det kan se ut til at toppledelsen etter hvert føler og forstår hvilket arbeidspress de utsetter seg selv og organisasjonen for i slike ekspansive perioder. Trøsten blir ofte at dette bare er for en periode.

- Neste uke, neste måned eller neste år blir det nok mer pusterom!

Mellomledelsen i selskaper med kraftig vekst settes gjerne helt uforberedt i en ny situasjon. Plutselig skal en mellomleder som fungerte godt i det lokale markedet være leder for en ny leveranse ut fra f.eks. Singapore. Han/hun skal forholde seg til ansatte som arbeider i en helt annen kultur og under andre lover og regler. Sist men ikke minst oppleves det hardt "på kroppen" til mellomledelsen å ha kontroll på bunnlinjen. De havner mellom barken og veden, og på en "type tre" som de aldri har sett før.

Hva gjøres for å sikre at selskapet har tilstrekkelig kompetent mellomledelse?

Få selskaper har sett disse behovene tidlig nok, og innsett at å bygge slik kompetanse tar lang tid. Innenfor mange fag/kompetanseområder kan en ansette nye personer, og få dem operative i stiltingene sine. Men for å fungere effektivt som mellomleder kreves det ofte erfaring og fartstid i selskapet.

Et selskap i regionen kjøpte for en tid tilbake en bedrift, og var på jakt etter en til - etter å ekspanderte organisk og i nye land. Strategien lå på bordet, og hele ledelsen stilte seg bak den. Skjortermene var brettet opp, og handlingsplanen for gjennomføringen var omforent.

Tidlig i denne handlingsplanen lå det et behov for å omfordele ansvar og myndighet knyttet til den ekspansjonen de var inne i, og diskusjonen gikk blant annet på hvem av dagens mellomledere som kunne ta de nye ansvarsområdene. Toppleledelsen så at de kun hadde noen få



Universitet på Ullandhaug kan ha en sentral rolle å spille som regionens kanskje største kompetanseleverandør innen faget ledelse, mener Dag Høiland og Rune Øygard i firmaet Cape Performance as. Foto: UiS

sentrale mellomledere som hadde nødvendig kompetanse og erfaring til å være aktuelle kandidater for de nye oppgavene – personer som allerede hadde nøkkelsvar i selskapet. Det hele ble en kabal som ikke gikk opp.

HVA ER DA TILTAKENE?

Vel, å være etterpåklok er enkelt, men det hjelper ikke når behovet allerede er preserende.

Å tidlig identifisere og kontinuerlig utvikle ansatte som har lyst og potensiale til å bli fremtidens mellomledere, er sentralt. Slik kan de, gjennom intern rotasjon og økende ansvar få den nødvendige erfaring som etterhvert skal gjøre dem til strekkelig kompetente som mellom- og senere topp-ledere. Dette er tiltak som selskaper kan ta initiativ til og gjennomføre internt.

I tillegg er det viktig for slike personer at de også får faglig påfyll som gir dem rammene som trengs for å forstå, lære og strukturere sine erfaringer. Og det hele kan omsettes i praktisk arbeid. Denne faglige rammen for utvikling er det

kun de største selskapene som har ressurser og kompetanse til å gjennomføre på egenhånd.

UNIVERSITETET I STAVANGER (UIS)

Gjennom mange år har vi hatt kompetansemiljøet på Ullandhaug. Vi har grunn til å være stolte av den tette knytningen mellom det lokale næringsliv og Universitetet innenfor de petroleumstekniske fagene. Tilsvarende har vi sett slike knytninger mellom andre relevante miljøer. Men hvor er UiS i forhold til å utvikle mellom- og topplederne regionen så sårt trenger?

Det er behov for et tett, praktisk og fokusert samarbeid mellom UiS og det lokale næringsliv også innenfor ledelsesfagene.

En slik relasjon vil ha åpenbare fordeler for begge parter. Det lokale næringsliv vil kunne få dekket sitt behov for videreutdanning av sine fremtidige ledere, og UiS vil kunne bruke erfaringene fra et slikt samarbeid til å utvikle kompetanse og til å gjennomføre forskningsprosjekter. Ullandhaug-miljøet vil i en slik verdiska-

pende symbiose også få de tiltrengte impulser som er nødvendig for å korrigere en teoretisk tilnærming til ledelse som fag.

AVSLUTNINGSVIS

Vi er ikke spesialister på kompetanseutvikling. Det er mange andre i vår region som kan si mye kvalifisert om det.

Vi ønsker kun å sette fokus på et behov som vi gjentatte ganger ser når vi arbeider med strategier og omstillinger i næringslivet, et behov som må dekkes dersom det ikke på lengre sikt skal bli en bremsekloss på den spennende utviklingen vår region er inne i.

I en slik situasjon ser vi at vårt nye Universitet på Ullandhaug har en sentral rolle å spille som regionens kanskje største kompetanseleverandør.

UiS har en unik mulighet til å proaktivt møte et slikt behov. Over tid vil dette knytte bånd som kan sikre en fortsatt spennende utvikling, både innenfor kompetansemiljøet på Ullandhaug og i det regionale næringslivet.

Cape Performance as har i en årrekke bistått kunder i ulike bransjer med strategisk posisjonering og tilhørende endring av organisasjoner og operasjonelle strukturer.

Dag Høiland (46), partner i Cape Performance as er siviløkonom fra BI med tilleggsutdannelse fra NHH i Bergen innenfor Strategi, Organisasjon og Informasjon (Dr. Oecon). Han har hatt sentrale lederposisjoner i selskaper både i Norge og Afrika og har i mange år arbeidet som konsulent med hovedvekt på forretningsutvikling, reposisjonering og omstilling.

Rune Øygard (46), partner i Cape Performance as er agronom, ingeniør og bedriftsøkonom med MBA-program innenfor Strategi og Organisasjon. Han har hatt sentrale lederposisjoner i norske og internasjonale industri-selskaper. Foruten ett år på havet med familie i egen seilbåt, har han siden 1995 arbeidet som konsulent med hovedvekt på forretningsutvikling, reposisjonering og omstilling.



Fremdeles en stor avis

Store følelser blir ikke mindre etter 16. september.

Reklamebyrået OktanApropos og forfatter av denne artikkelen, Erling Forfang, står bak markeds kampanjen i tilknytning til omlegging av Stavanger Aftenblad til tabloidformat tidligere i høst.

Nye tider. Nye krav. Nye måter. Aftenbladet i tabloidformat måtte bare komme. Leserne ville gjerne ha den. Og tiden var moden for nye tanker. Mediebildet er i endring, i likhet med vanene våre som mediebrukere. Sjefredaktør Tom Hetland har vært klar i sin tale: Aftenbladet skal være en lyttende, moderne og tøff avis. Og selv om Aftenbladet nå er blitt litt mindre, i format, så skal den fremdeles være en stor avis.



Tekst: Erling Forfang, Journalist, forfatter, tekstforfatter og partner i reklamebyrået OktanApropos

NYTT OG HENDIG FORMAT

Mediehuset Aftenbladet har som ambisjon å henge med. Omleggingen til tabloid er et av virkemidlene for å konsolidere stillingen som dominerende og viktig mediebedrift i vår region.

- Å være en tabloid-avis er ikke nødvendigvis et skjellsord. Selv om det blir brukt som det i noen kommentarer til enkelte tabloid-avisers etiske overtramp. Nei, tabloid er bare en beskrivelse av avisens størrelse. Bare det. Sa Tom Hetland

til sine ansatte da avisen satte i gang sitt tabloidprosjekt. Det er en god stund siden...

Etter noen uker med det nye produktet ser det ut til at avisen har gjort leksen sin.

SOLIDE FORBEREDELSE

Prosjektet tabloid har pågått lenge. Både redaksjonelt, i forhold til marked, og ikke minst når det gjelder markedsføringen internt og eksternt, har det vært en lang og krevende prosess.

Markedsføringskampanjen for det nye avisproduktet startet imidlertid kun 14 dager før lanseringen. I alle kanaler og i hele distriktet. Og den pågår fremdeles.

KOMMUNIKASJONSUTFORDRING

Omleggingen skjedde 16. september. Kampanjen som skulle øke kjennskapen til omleggingen og kunnskapen om den nye avisen har vært bredt anlagt.

Kampanjens mål har vært å skape positive assosiasjoner til tabloidformatet. Hovedutfordringen har dessuten vært å beholde dagens lesere, og å selge minst 3.000 nye abonnemang i løpet av 2006.

Utfordringen har vært tredelt i forhold til hvilken kampanjeperiode man var inne i:

- Før omlegging: Skape forventning og positive assosiasjoner
- Under omlegging: Bekrefte forventninger og bevis

- Etter omlegging: Innfri, forsterke og selge aviser

KOMMUNIKASJONSIDÈEN

For å oppnå suksess, trengtes et sterkt og relevant konsept, der fortellingen sto sentralt.

Den verbale knaggen i konseptet som ble valgt lyder: Aftenbladet - fremdeles en stor avis. En uttalelse i kontrast til realiteten - en avis i et mindre format. Og nettopp derfor nysgjerrighetsskapende og beskrivende.

Visuelt er reportasjens virkemidler tatt i bruk. Foto fra virkeligheten, stort sett fra Aftenbladets eget arkiv, satt sammen med en emosjonell og sterk historie. Hensikten er å fortelle at du som leser fortsatt skal få de viktige nyhetene i avisen. Grundig og skikkelig fortalt.

Uttrykket "Store blir ikke mindre etter 16. september" knytter seg til ord som kan assosieres med journalistikken: Begivenheter, følelser, tanker, øyeblikk, tabber, ambisjoner, diskusjoner, engasjement, idéer, utfordringer, etc.

Kampanjen dominerte mediebildet i lanseringsperioden, og virkemidlene for å få konseptet ut til folk var foruten annonser i egen avis, også TV, kino, radio, ulike DM-aktiviteter, butikk- og utsalgssteder, plakater, boards, buss og intern eksponering for Aftenbladets ansatte.

EFFEKT OG RESULTATER

Kommunikasjonsmålene for kampanjen har vært entydige:

- styrke merkevaren Aftenbladet
- engasjere leserne
- selge flere aviser

Det er så langt ikke gjort målinger på assosiasjoner til merkevaren etter kampanjen. Men hovedmålet om å selge flere aviser, er allerede nådd. 3. oktober kunne avisen feire 3.000 nye abonnenter som følge av satsingen, et resultat som det står stor respekt av i en tid da den generelle nedgangen for avisene er relativt stor.

SØNDAGSAVIS NESTE?

Det neste vi må forvente av en avis som satser, er søndagsavis. Vi venter i spenning og gleder oss til så skjer. Inntil videre sover vi lenge i helgene!

Tabloid - hva betyr det egentlig?

På Wikipedia - det frie oppslagsverket på nettet, heter det at Tabloid er et begrep som kan vise til både form og innhold i en avis. Det er det minste avisformatet, og blir tatt i bruk av stadig flere aviser. Samtidig kan «tabloid» vise til en lettvin og gjerne populistisk framstilling. Ordet ble opprinnelig satt sammen av tablett og -oid, '-aktig', og registrert som et varemerke for piller i 1884 av Burroughs-Wellcome. Men begrepet fikk snart en utvidet betydning om noe som var lite og lettvin, og blir i dag hovedsaklig brukt innen medie verden. Formatet, som ble til i 1918, fikk navn etter den tabloide stilen. En avis i tabloidformat måler 597 x 375 mm når den er åpen. En fordel med tabloidformatet er at avisen blir lettere å håndtere under lesing, noe som særlig blir satt pris på ved lesing på kollektive transportmidler. Særlig etter år 2000 har stadig flere aviser gått over til tabloidformat.

Oktan Apropos reklamebyrå

Apropos reklamebyrå startet i 1994. Etter ti år der det kreative arbeidet har stått sentralt, og priser er vunnet, ble byrået i 2004 en del av Oktan/Publicis-gruppen i Norge. Det gir dem et nyttig nettverk, nasjonalt og internasjonalt, noe som gir kundene mulighet til å ta del i et kompetansenettverk. I dag er de 15 ansatte, holder til i egne lokaler i Sandvigå 27, og ser en stadig voksende oppdragsmengde. Siste skudd på oppdragslistene er Stavanger Aftenblad og Stavanger 2008. Eiendomsmegler 1, ConocoPhillips, BP, Shell, Statoil, Kruse Bolig, Noha, Byggholt, Viking og Rogaland Fylkeskommune er andre store kunder i byrået.

Faka

Eiendomsfond i Norden og Baltikum

Etterspørselen etter eiendom er stigende. Internasjonale eiendomsanalyser trekker frem Norden og Baltikum som den regionen som har best utsikter i eiendomsmarkedet i årene som kommer.

Aberdeen Eiendomsfond Norden/Baltikum ASA



Orkla Finans tilbyr nå andeler i dette eiendomsfondet, som er tilrettelagt for å gi en diversifisert eiendomseksponering i Norden, Baltikum og St. Petersburg.



Orkla Finans

API og Orkla Finans er rangert helt på topp.

Vår samarbeidspartner Aberdeen Property Investors (API) ble kåret til beste eiendomsforvalter i 2005 av det anerkjente europeiske finans tidsskriftet Euromoney.

Ta kontakt og be om et møte.

Når du kommer som investor til Orkla Finans, får du én kunde-kontakt som blir din rådgiver, og som gir deg personlig oppfølging.

Du finner oss i 4. etasje i Rolfsen-bygget på Arneageren.

Bjørn Brodal	92 86 66 16	bjorn.brodal@orkfin.no
Kjellaug Irene Fiskå	98 85 14 69	kjellaug.fiskaa@orkfin.no
Johan Flaatin	92 28 93 51	johan.flaa@orkfin.no
Bjørn Chr. Granberg	40 40 22 85	bjorn.granberg@orkfin.no
Ove Svella	92 86 66 14	ove.svella@orkfin.no

JÆREN HOTELL, REGIONENS "BESTE SPISESTED LANGS VEIEN"



Hotelldirektør Per Kristian Djuvsland mottar prisen.
Foto: Mari Anne Feet, FMD

Av 20 deltakerne i regionen ble Jæren Hotell kåret til "beste spisested langs veien" i Rogaland og Agder. Juryen som kåret vinneren besto av leder i Rogaland Bygdekvinneag, Anne B. Kyllingstad, Åge Jørgensen (Innovasjon Norge), Kristin Dybdal Holthe (Mattilsynet) og Marit I Haddeland (Norges Bygdeturisme og Gardsmat).

Konkurransen, som offisielt heter Ganefart 2006, arrangeres av Norsk Bygdekvinneag. Samarbeidspartnere er Innovasjon Norge, NHO reiseliv, Norsk Bygdeturisme og Gardsmat og Landbruks- og matdepartementet. Juryen vurderer spisestedene ut i fra:

- bevissthet rundt bruk av norske/regionale råvarer/tradisjonsmat og identitet
- kunnskap/historieformidling
- service
- smak
- hygiene
- estetikk

Grunnen til at Jæren hotell gikk til topps er bruken av lokale råvarer som basis i matlagingen, og at tradisjonelle råvarer blir brukt på en framtidig måte. I tillegg var gjestfriheten god, og gode historier ble fortalt om maten. Til Fagforum sier hotelldirektør Per Kristian Djuvsland at det var fan-

tastisk å vinne og få anerkjennelse for det arbeidet som er gjort gjennom de siste 5 til 6 år.

NYE INTERNASJONALE KONTRAKTER FOR FIGGJO AS

Figgjo AS har inngått avtaler for leveranse av porselen til Kina, Saudi Arabia, Wembley Stadium i London og til Utenriksdepartementet, og til den anerkjente hotellkjeden Westin Hotels and Resorts i Beijing. Kontrakten er på kr. 350.000. "High end"-markedet i Kina anses som meget interessant for bedriften. Figgjo har også nylig hatt leveranser til Saudi Arabia og Zam Zam Sofitel Grand Suites, et 5 stjerners hotell med beliggenhet i Mekka.



Figgjo's spesiallagede dekor til "The Globe", Al Faisaliah Hotel, Riyadh, Saudi Arabia

Figgjo har videre inngått en avtale for leveranser til den legendariske Wembley Stadium i London, i all hovedsak med buffet-produkter, og i august ble det kjent at Figgjo er blitt tildelt kontrakten for leveranse av nytt representasjons-service til Utenriksdepartementet (UD). Tildelingen fant sted på bakgrunn av en anbudskonkurranse, og Figgjo ble vurdert som best på estetikk og funksjon, produktkvalitet, pris, garantier, leveringstid og lagerhold. Ordren til UD er en av Figgjos største kontrakter noensinne.



**Sammensatte oppdrag.
Én problemløser.**

Monika Olsen [Kontoradministrator]

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

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

**HELLIESEN_KVERNBERG
ENGASJERTE_MENNESKER**

Svartekunstens apostler i Stavanger

Norsk Grafisk Museums første årbok er redigert som en "oversikt" over grafiske teknikker og ikke minst de fag som inngikk i produksjonskjeden før og etter selve trykkingen.



Tekst: Jan Gjerde

Den grafiske industri var en av de store følgenæringene i Stavanger i hermetikkperioden. Hermetikkfabrikkenes behov for etiketter i fargesprakende utførelse var stort, og de skulle fungere som plakater for "norske røgede sardiner" i alle verdensdeler. De grafiske foregangsbedriftene i størrelse, teknologi og ikke minst i artistisk utførelse, var Dreyer Grafiske Anstalt, Stavanger Litografiske Anstalt og Aktietrykkeriet. Disse bedriftene bidro til at det etter hvert ble etablert en næringsklynge for grafisk industrien i Stavanger. Helt opp til vår tid har den grafiske industri i Stavanger vært ledende i Norge på alle områder. Det skyldes ikke minst det fagmiljøet som pionerbedriftene la grunnlaget for.

De grafiske fag er i dag for det meste digitalisert – men minnene om håndverket holdes levende av ildsjeler i Norsk Grafisk Museum i Sandvigå 24 i Bjergsted. Museet ble formelt etablert i 1993, men selve samlingen av gjenstander startet tidligere. I 2006 blir museet en del av Stavanger Museum. Venneforeningen for museet har i høst gitt ut Årbok for 2005, den første som museet gir ut. Årboken er viktig, både for å kommunisere fordypende artikler, og for å sikre verdifull kunnskap for ettertiden.

Fra før er blant andre Stavanger Museum, Norsk Oljemuseum, Stavanger Turistforening, Arbeidernes Historielag i Rogaland og Rogaland Historie og Ættesogelag utgiver av årbøker. Ikke minst som kilde til lokalhistorie blir disse



Gutenberg, 1397 til 1468, regnes som oppfinner av boktrykkerkunsten.

årbøkene mer og mer verdifulle etter hvert som årene går.

Norsk Grafisk Museums første årbok er redigert som en "oversikt" over grafiske teknikker, og de fag som inngikk i produksjonskjeden før og etter selve trykkingen. I en artikkel belyses brytningstiden mellom litografisk produksjon basert på steintrykk og de nye teknikker basert på film og rulleoffset. Nå er også overtrykkere og film blitt historie.

Det fine med denne årboken er at den

overleverer kunnskap om grafiske teknikker og utviklingen i de grafiske fag i Stavanger på en svært oversiktlig og vel-skrevet måte. Fortsettelsen imøteses med store forventninger, og vi ser frem til nytt stoff som dokumenterer selve næringens utvikling i regionen.

Årboken er en oppvisning i betydningen av grafisk formgivning. I en tid hvor mulighetene for ekvilibristisk selvdigging på pc- og mac-skjermer er fristende for mange designere, er denne boken preget av sikker selvbeherskelse i bruken av virkemidlene. Her er det den klassiske dannelsen, overført til vår tids formspråk, som råder grunnen.

Men, hvorfor har ikke boken ISBN-nummer (Internasjonalt Standard Bok Nummer), et unikt nummer som tildeles etter søknad ved bokutgivelse, og som benyttes av bokhandlere, biblioteker, arkiver og forskere for å identifisere boktitler, forfattere, utgivere o.l. ?

Årbok 2005 Venneforeningen for Norsk Grafisk Museum.

126 s. Redaktør: Erik Chr. Martens
Rogaland Forlag, Sven T. Haugbråten

EUROCHAMBRES 2006

Communicating Europe

EUROCHAMBRES fulgte opp fjorårets kongress i Stavanger i Tessaloniki 4. til 6. oktober. I fjor var temaet Entrepreneurship and Jobs. I år Communicating Europe – Sharing the vision – Delivering the results. Stavanger og Rogaland og Norge kan fortsatt leve noen år på tilbakemeldingene fra fjorårets konferanse – ”unforgettable”, ”fantastic”, ”excellent” er de takkeordene som strømmer over oss nordmenn på årets kongress.



Tekst: Jostein Soland

Foto: Trude Refvem Hembre

Da er det ikke bare gallamiddagen inne i Hylen kraftstasjon fjorårets gjester refererer til. Det er like mye den måten hele arrangementet ble gjennomført på av Stavanger Forum og Næringsforeningen med alle sine medhjelpere og sponsorer. Effektivt organisert og faglig sett spennende. Får vi høre.

Så er vi altså igjen til stede i ett av Europas viktigste nettverk for næringsstrategisk arbeid, et felleseuropeiske arbeidet som til sjuende og sist handler om å styrke vår felles konkurransekraft – hvert land på sin måte, der EUROCHAMBRES utgjør det nettverket som er i stand til å formidle suksesshistoriene til de forskjellige landene. Vi snakker om et nettverk som på ulike måter omfatter 125 millioner sysselsatte.

Det er nå en gang slik at de sterkeste nettverkene er betinget av tett kontakt mennesker imellom, tillit og felles forståelse av viktig og uviktig. I Tessaloniki har EUROCHAMBRES diskutert med sine institusjonelle og politiske partnere i Brussel og ellers i Europa hvordan en skal nå det uttalte målet i Lisboa-visjonen fra 2000 om å gjøre ”Europe to the world’s most competitive and dynamic knowledge

Jostein Soland, direktør i Næringsforeningen og
Helga Idsøe Kloster fra Etablererskolen i Rogaland
(RKK). Kloster er medlem av EUROCHAMBRES
Women Network.

based economy" i 2010...

Derfor snakkes det nå ikke bare om å dele en visjon, men også om å levere resultater. Og EUROCHAMBRES vedtok i Tessaloniki hvordan næringslivet skal bidra med sine ressurser innenfor

- Creation, development and transfer of enterprises
- Education, vocational training & apprenticeships
- Internationalisation of European businesses
- Innovation Energy efficiency
- Effective use of clusters

Disse fire hovedpunktene ble lagt inn i et forslag til manifest som vil ligge til grunn for arbeidet fram til neste års kongress i Paris.

For oss nordmenn er selvfølgelig alle punktene i manifestet av interesse. Vår unike stilling som en europeisk energistormakt tilsier likevel at vi må konsentrere vår innsats omkring energi og energieffektivitet, med de muligheter dette området gir med tanke på innovasjon. I vid forstand.

ENERGI OG ENERGIEFFEKTIVITET

Etter fjorårets kongress har Næringsforeningen konsentrert sitt arbeid om energispørsmålet. Det er et uttalt mål at Stavanger-regionen skal bli et senter for energi – Europeisk energihovedstad – står det å lese i den planen som regionen bygger sitt næringspolitiske arbeid på. Så langt har Næringsforeningens arbeid – med økonomisk støtte både fra Rogaland fylkeskommune og Stavanger kommune – resultert i en skisse til et European Energy Supply Observatory (EESO). Forslaget ble presentert i Rosenkilden i nummer 06-2006, med energi som tema. Skal en betegnelse som europeisk energihovedstad i det hele tatt være noe annet enn tomme ord, må det gis et innhold. Energi i denne sammenhengen handler om alt fra energisparing eller energiøkonomisering, til kull- og kjernekraft, bioenergi og alle mulige varianter av fornybare energiformer.

ENERGY MANAGEMENT

I Stavanger og Norge er vi flinke på olje og gass – sett i et europeisk og sågar globalt perspektiv. Derfor er det helt avgjørende at vi finner fram til de rette alliansene med de sentrale energiorganisasjonene i Paris, Wien, Brussel – for ikke å snakke om de operative virksomhetene i våre naboland – innenfor vindkraft i Danmark, bioenergi i Sverige og atomkraft i Finland. Det er snakk om å etablere et virtuelt nettverk av energianaly-



Media venter på Dora Bakoyannis, Hellas' utenriksminister. I midten på bord nr. 22 sitter Lars-Kåre Legernes, daglig leder av Oslo Handelskammer.

tikere for å få en totalforståelse av ulike typer energibærere, markedssituasjonen for og prisingen av disse. Som EUROCHAMBRES sier i manifestet:

- Spørsmålet om energi er livsviktig, med stigende etterspørsel, stigende drivstoffpriser, trusselen om klimaskifte og Europas avhengighet av olje- og gassforsyninger utenfra. Olje- og gassprisene er blitt doblet i EU i løpet av de siste to årene – og prisen på elektrisitet følger etter. Denne eksplosive utviklingen av energiprisene har alvorlig virkning på europeisk næringsliv, og vil ha stor betydning på våre økonomiske resultater på lengre sikt. Dette gjør det nødvendig for oss å sikre tilfredsstillende energiforsyninger til fornuftige priser samtidig som vi tenker på miljøet.

Det er av avgjørende betydning at EU utvikler og iverksetter en integrert og inkluderende langsiktig politikk for energiområdet. Måltrettet arbeid med energieffektivitet er den hjørnesteinen som forsterker båndet mellom konkurransekraft og energipolitikk, står det å lese i Manifestet. Arbeidet med energieffektivitet er lønnsomt, samtidig som det reduserer etterspørselen etter energi, og blir slik sett et viktig ledd i en omfattende og balansert politikk.

STAVANGERS UTFORDRING

Skal Næringsforeningen kunne komme videre med EESO som et samarbeidsprosjekt med EUROCHAMBRES, er det avgjørende at også energieffektivitet inkluderes i prosjektet, og at vi i Stavanger er i

stand til å koble oss opp mot Trondheimsmiljøet innenfor dette området. Vi snakker om en type energistyring – som bør omfatte alt fra sparing til valg av ulike typer energibærere.

Målet er å bli minst mulig avhengig av en enkelt energibærer som for eksempel olje. Denne type energiarbeid står høyt på dagsorden i tysk næringsliv. I Nord-Rhein-Wesfalen kom prosjektet "Business Information Campaign Energy Efficiency" i gang i fjor, med egne seminarer om energieffektivitet og byggesektoren, reduksjon av energikostnader i kontorer, og erfaringsutvekslingen om hvordan energikostandene kan reduseres gjennom effektiv energibruk i produktjonsbedrifter.

Arbeid har alt ført til besparelser på opp til 20%. Næringslivet i Nürnberg har lansert The European Energy Manager med tilslutning fra Østerrike, Tyskland, Portugal og Storbritannia. I Østerrike har 76 virksomheter deltatt i prosjektet med en energireduksjon på 170.000 MWh – eller vel 50 millioner kroner i besparelse – som resultat.

Skal vi i Stavanger lykkes med målet om å bli europeisk energihovedstad, vil arbeidet med energistyring vært et helt sentralt kompetanseområde. Her er pengene lettest å hente inn for næringslivet, mens linjene må legges langs et arbeid med energidesign utviklet for næringsliv og offentlige energibrukere – slik at endringer i markedet kan tas før endringene tar bedriftene, før lønnsomhet og offentlig økonomi kveles.



Har du det bra, gjør du det bra

Slutt på penn og papir, nå er det spørsmål til foredragsholdere via sms eller PC og webcasting. Fokus skal være på sunnhet, trivsel og livskvalitet. Dette mener trendsetterne innen kurs og konferanse vil gi høyere verdiskaping.



Tekst: Trude Refvem Hembre
Foto: Choice Hotels Scandinavia

Choice-hotellene inviterte kunder og leverandører til fagdag med fokus på kurs og konferanser som skal utvikle samarbeidspartnere i næringslivet. Choice-hotellene er Skandinavias største hotellkjede, med 8.000 medarbeidere. Kjeden har som motto "we care" og viser det ved å tilby

sunn mat og drikke, trim og trening.

DET GRUNNLEGGENDE MÅ VÆRE PÅ Plass!

Det handler om miljø og trivsel for å få til vellykkede møter. Ventilasjon er noe av det viktigste. Lys og lysskjerming er også viktig. Lydanlegget må selvsagt være tilfredsstillende dersom en skal kunne ha utbytte av et foredrag. Prosjektor og lerret må også ha en viss kvalitet for at tilhørerne skal bli fornøyde.

Hvordan sitter vi? Det påvirker også vår

opplevelse – sitter vi på pinnestol eller i lenestol? Og hvordan er bord- og stoloppsettet? Klasserom, kinooppsett eller rundebord gir høyst ulik effekt, og må vurderes med omhu.

Hvilke trender mener du man vil se fremover på utformingen av kurs og seminarer?

– Vi opplever et sterkere fokus på bruk av sms. Deltakere stiller spørsmål direkte til foredragsholder via mobiltelefon og blir da "nøytral" fordi han/hun slipper å reise

seg foran alle i salen, forteller Preben Gunnarsen som er salgssjef på Quality Hotell Residence i Sandnes. Videre vil bruk av webcasting bli mer brukt. Foredraget legges ut som film på internett slik at foredraget kan ses og høres "live" hvor som helst i verden, eller lastes ned på i-pod for å kjøre den i etterkant.

Når det handler om direkte kontakt, ser vi at våre kunder i større grad er opptatt av lyssetting. Ved hjelp av ulik belysning, skaper vi den stemningen kunden ønsker, reklamerer Gunnarsen.

Webcasting er seminar via internett. Deltakerne logger seg på via PC, og kan se seminaret på storskjerm, eller sitte hver for seg og lytte, se og gi tilbakemeldinger via chat.

ENGASJEMENT

Hvorfor går folk på konferanser?

– Det er selvsagt flere grunner, men veldig mange er opptatt av etablering av nettverk, lære seg noe nytt og for å selge, mener Svein Seljeskog i møtearrangøren Conventor.

Hva kjennetegner så en vellykket konferanse?

– Engasjement, svarer han kort og godt.

Helga I. Kloster som er daglig leder for Etablererskolen i Rogaland Kurs og Kompetansesenter, mener førsteinntrykket er viktig: – Det gjelder å skape en fin atmosfære, og arrangører bør prøvesitte egne lokaler i løpet av en hel dag for å

teste hvordan deltakerne opplever situasjonen.

EN GOD LATTER FORLENGER LIVET

Rundt seksti personer ble bedt om å legge seg på gulvet av Liv og Lysts foredragsholder Solveig Brommeland, og å raute som kyr. Gjett om det ble latter i salen!

Ifølge forskere er latter bra for immunforsvaret, den virker smertestillende, reduserer stress, øker trivselen, bedrer fordøyelsen og gjør deg mer tiltrekkende. Latteren forbedrer innlæringssevnen, motvirker depresjoner, skaper samhold, får fram kreativiteten og gir harmoni. Latter øker livskvaliteten. Likevel ler voksne ikke mer enn 15 ganger hver dag. Barn derimot, viser en større livsglede med 400 ganger pr. dag i snitt.

KUNSTEN Å LAGE OVERRASKENDE MØTER

Har en et godt omdømme som møtearrangør, vil deltakerne forvente enda mer neste gang. Slik sett legger det forventningspress på arrangøren.

– Trenden går mot mer individuelle møter, sier Andy Pimmershofer, Sveriges ledende spesialist på møtedesign. – Ikke alle ønsker kake og kaffe klokken ti om morgenen.

Pimmershofer understreker at de som har opplevd å lage et vellykket arrangement med fornøyde deltakere, opplever at takken ofte er prestasjonsangst for neste

arrangement. Da er det fristende å krydre dette med nye spennende opplevelser og aktiviteter, med spennende forelesere, populære artister, nye lokaler, eksotiske matopplevelser, spennende teambuilding. Problemet er at det leder til en situasjon hvor en hele tiden skal prøve å overgå seg selv. Pimmershofer har derfor tre tips til møtearrangører som havner i en slik negativ spiral:

1. Ta kun med det essensielle i invitasjonen for at folk skal komme

2. Ta utgangspunkt i klassisk dramaturgi når et arrangement skal utvikles

3. Lag et eget møteformat for faste møter med de samme deltakere

Fra de ulike trendekspertene, kan vi kort oppsummere med at det viktigste grepet en kan ta er å rette fokus på hva en er god til.

Tips kan være å starte med et høydepunkt fra forrige møte. En må være villig til å gi fra seg en opplevelse som folk husker. Det handler altså om overføring av kunnskap, og å gå fra sosiale settinger til mer faglige og lærende aktiviteter. Videre må næringslivet i større grad bruke virkemidler fra kulturlivet. Bruk av dramaturgi er et viktig virkemiddel.

Og så handler det om forberedelse, forberedelse og forberedelse. Pluss et lite øyeblikk selve gjennomføringen ...

onix
kranportalen

onix
sertifikatbanken

onix
vedlikehold

onix
personell

Ett steg videre for deg som driver med utstyr eller personell.

Onix as_Vassbotnen 15_4313 Sandnes Tlf +47_51639360 Faks +47_51639379

www.onix.no





Det er alvorlig når det nylig framlagte statsbudsjettet ikke følger opp målene om økt forskningsinnsats, men tvert om piner ned budsjettene til universitetene. Stillstand betyr egentlig tilbakegang, verden rundt oss står ikke stille, mener Martin Gjeldsvik, forskningsleder ved IRIS.

Kompetanse og rekrutteringsutfordringer

Like før sommerferien ble Scenarier 2020 for Stavangerregionen presentert. Scenariene viser to framtidsbilder: Et positivt og et negativt. Hensikten med scenariene er ikke bare å vise hva som kan skje i et lengre perspektiv, men hvordan og hvorfor det kan skje.



Tekst: Martin Gjeldsvik,
forskningsleder IRIS

Foto: Sigbjørn Sigbjørnsen/SRN

Scenariene viser hvor godt det kan gå hvis vi opptre klokt, og hvor galt det kan gå om arrogansen og selvgotheten blir styrende. Det siste er ikke usannsynlig. Vi er nå inne i en periode hvor alt er "all time high" og arbeidsledigheten på et lavmål. Da kan det være lett å utvikle uvaner, lett å glemme at de siste årenes sterke økonomiske vekst i stor grad skyldes eksterne forhold. Den høye oljeprisen har gitt oss fenomenale inntekter og rekordhøye investeringer i olje- og gassindustrien, som igjen har gitt sterke etterspørselsimpulser til den regionale leverandørindustrien. Billig import av klær, sko og elektroniske forbruksvarer fra Kina og andre asiatiske land, har praktisk talt ført til et stabilt prisleie og det rekordlave rentenivået. Dermed har det vært rimelig å investere i boliger og fritidseiendommer. Alt i alt har vi sett en økonomisk opptur av de helt sjeldne, drevet av vår svært heldige plassering i den globale økonomien. Denne utviklingen er ikke varig. Det er nok å vise til oljeprisfallet i 1999 da oljeprisen var 10 dollar fatet

og oppsigelsene kom på løpende bånd. Ti år tidligere opplevde vi krise i bolig og eiendomsmarkedet, og at begrepet "sikkert som banken" ikke var noen garanti for at finans- og bankvesenet skulle overleve.

PRODUKTIVITETSUTVIKLINGEN OG VERDISKAPINGSEVNEN

I det lange løp er det produktivitsutviklingen og verdiskapingsevnen som bestemmer vår økonomiske vekst og levestandard. Det krever en kontinuerlig innovasjonsevne. Vi må utvikle nye produkter og tjenester, forbedre arbeids- og produksjonsprosesser, og utvikle forretningsmodeller som sikrer oss en god avkastning på våre investeringer i forskning og utvikling. Det krever en omfattende satsing på kompetanse og entreprenørskap. I dag har vi en forestilling om at den kunnskapsintensive og innovative produktutviklingen skal skje hos oss, og at de enkle oppgavene skal ivaretas av mindre utdannede og kompetente folk i Asia og andre framvoksende økonomier. I et perspektiv mot 2020 er det høyst usikkert om en slik forutsetning holder. I prosjektet Scenarier 2020 viser vi f.eks. hvordan de såkalte BRIK landene (Brasil, Russland, India og Kina) vil utgjøre en stigende andel av den globale økonomien. I

følge Financial Times vil markedene i BRIK-landene utgjøre fire av verdens seks største økonomier fram mot midten av dette århundre. Allerede i 2003 utdannet Kina og India 700.000 ingeniører, mer enn ti ganger så mange som USA, og uendelig mange flere enn hva Norge kan mønstre. Nye kinesiske lederskoler utdanner i stigende tempo toppledere, formet av amerikanske ledelsesguruer. I 2015 vil Kina produsere flere forskere og toppakademikere enn USA og Europa til sammen. Disse kimene varslar et skifte i verdens kunnskapsproduksjon, og betyr at våre forestillinger om Kina og de øvrige BRIK landene må revurderes. I det negative scenariet tar vi for lett på denne utfordringen, og de framvoksende økonomiene vokser oss over hodet, dvs. de overtar også den mer kunnskapsintensive produksjonen.

STILLSTAND BETYR TILBAKEGANG

På denne bakgrunnen er det alvorlig når det nylig framlagte statsbudsjettet ikke følger opp målene om økt forskningsinnsats, men tvert om pinner ned budsjettene til universitetene. Stillstand betyr egentlig tilbakegang - verden rundt oss står ikke stille. I det norske overflodssamfunnet kan vi også spekulere i hvem som er mest motivert for å gjennomføre lange og

harde studier - ungdommen i Norge eller deres jevngamle i de framvoksende økonomiene som ennå har langt igjen til de når vårt velstandsnivå.

UTFORDRINGENE

Utfordringene er altså mange. I et langsiktig perspektiv er det ikke mulig å peke ut nøyaktig hvilken kompetanse regionen vil ha behov for i 2020. Vi trenger for det første spisskompetanse på utvalgte områder for å være internasjonalt ledende. Hvilke områder som er mest lovende, og hvor vi har de beste forutsetninger, bør drøftes i en dialog mellom det regionale næringslivet og forsknings- og utdanningsinstitusjonene. Aktuelle områder er olje og gass, fornybar energi, medisin, finans, mat og havbruk. Samtidig skal vi være klar over at framtida bare delvis kan planlegges. Like viktig som faglige fyrtårn er at vi skaper et miljø for gründere og entreprenørskap, både i eksisterende foretak og virksomheter, og i form av nye bedrifter. Fordi framtida er åpen, trenger vi entreprenører som opp-

dager muligheter, og griper dem. I en global økonomi er mulighetene større enn noen gang. Entreprenørspirer finnes overalt, på alle nivåer i foretakene, i offentlig sektor og i forsknings- og utdanningsmiljøene. Men ideer og kreativitet er ikke tilstrekkelig. Det går ingen strak vei mellom en oppfinnelse og en innovasjon, et nytt produkt eller tjeneste. Det kreves betydelige ressurser og andre kompetanser enn det oppfinneren normalt selv besitter: design, markedsføring, bruker-innsikt og kulturforståelse. Skal bedriftene forbedre sin innovasjonsevne, må de først og fremst beherske kunsten å koble ulike kompetanseområder sammen. Innovasjonsevne må være strategisk overordnet, og kreativitet og innovasjon må forventes av alle medarbeidere. Ledelsen må oppmuntre til eksperimentering, være åpen mot omverden og ydmyk nok til å lære av andre. Innovative foretak har gjerne flytende, desentraliserte og skiftende strukturer. Fleksible strukturer legger til rette for kreativt og tverrfaglig samarbeid. Innovasjon priori-

teres framfor organisasjon.

Lite innovative virksomheter kjennetegnes av stabile, avdelingsinndelte og sentraliserte strukturer, og har toppledere som er regelorienterte med sterkt kontrollfokus. Innovasjon anses i slike bedrifter som en spesialfunksjon forbeholdt noen få utvalgte, dvs. at også innovasjonsprosessene må skje i kontrollerte former. Organisasjon prioriteres framfor innovasjon.

REGIONAL TRUSSEL

Scenarier2020 viser at framtida er åpen, den kan ikke vedtas. Den byr på alvorlige trusler og enorme muligheter. Den største regionale trusselen er at vi hviler på vår oljerikdom og utvikler en nærsynt arroganse, og taper av syne de langsiktige trender og muligheter. Den viktigste framtidige kompetansen blir antakelig evnen til innovasjon og entreprenørskap, og en kontinuerlig vilje til å fornye våre bedrifter og virksomheter.

LEI AV SVINN?

 **Pegasus Kontroll**

TA DIREKTE KONTAKT MED SALGSSJEF MIKKE STÅHL
FOR MER INFO ELLER ET UFORPLIKTENDE TILBUD.

Telefon: 938 03 996
E-post: m.staahl@noralarm.no
www.noralarm.no

Et lite merke med stor verdi!



Hva er svinn, hvordan oppstår det og hvordan redusere det i akkurat din bedrift?

EN LØNNSOM KOMBINASJON!

Vi tilbyr nå skreddersydde tekniske løsninger fra *NorAlarm* koblet med *Pegasus Kontroll* sin høye kompetanse innenfor etterforskning, svinnreduksjon, drift, detaljisthandel og såkalte bruttoprosjekter.

Dette gjør at akkurat din bedrift kan bedre inntjeningen og se resultater direkte på bunnlinjen!

La oss sammen se på ditt sikkerhetsbehov i dag!

Pegasus er et av landets mest anerkjente selskaper innenfor etterforskning, svinnreduksjon og manuelle driftstjenester. Når *NorAlarm* og *Pegasus* går sammen for å optimalisere inntjeningen med kunden vil bedriften få det beste innenfor kostnads-effektiv høyteknologi og svinnreduserende driftserfaring.

Vi viser deg gjerne hvordan du kan øke marginene med vårt sikkerhetskonsept!

Nytenker og vekstskaper

Jakob Hatteland Display AS importerer komponenter fra Japan og andre steder i verden, setter dem sammen i Åmsosen i Vats, og eksporterer det ferdige produktet over hele verden, også tilbake til Japan. Det lyder nesten som å selge sand i Sahara, men så enkelt er det ikke. – Komponentene er globale hyllevarer, og de produkter vi leverer er nisjeprodukter hvor merverdien er den kompetanse og kreativitet som er lagt inn i løsningene her i Vats, sier Jakob Hatteland.



Tekst: Jan Gjerde
Foto: Jan Gjerde

I 2005 ble Hattelandgruppen regional vinner av Ernst & Young Entrepreneur of the Year, og gikk til topps i den nasjonale konkurransen innenfor kategorien handel. I tildelingen av prisen ble det framhevet at selskapet er et bevis på at det er mulig å tjene penger på lokal kompetanse i et internasjonalt marked.

Kjerneområdene er utvikling og salg av computer-, internett- og logistikk-løsninger, industrimonitorer samt salg og distribusjon av PC-er og PC-relaterte produkter. Nyskapning i kombinasjon med høy kvalitet og internasjonal distribusjon er kjennemerker for Jakob Hattelands mange virksomheter. De bærer alle hans navn, men en tittel i kombinasjon med hans navn, må man lete lenge etter.

Jakob Hatteland liker ikke alle merkelapper han har fått tildelt siden starten i 1971. Ernst & Young fant opp et helt nytt ord og kalte ham for seriegründer. Selv synes han at betegnelsen vekstskaper kan passere. Ellers understreker han at det som selskapet har skapt skyldes innsatsen til mange, ikke minst teknisk direktør Ingvar Hognaland, som har vært med siden starten.

– Når man har utviklet virksomhet på et lite sted som få har hørt om, har man i Norge lett for å bli fremstilt som mindre seriøs. Pressen kan gjerne benytte karakteristikker som Petter Smart og Reodor Felgen. Det er typer jeg har stor sans for, men det har lite å gjøre med det arbeid vi



– Vi lever av kreativitet og kompetanse, sier Jakob Hatteland i Hattelandgruppen. Kunstverket på veggen er signert Gerhard Meling fra Skjold i Vindafjord



- Det er vanskelig å forstå, særlig for østlendinger, at lokaliseringen i Vats er et velfundert strategisk valg, sier Jakob Hatteland.

utfører, og som er basert på systematikk og kompetanse i verdenstoppen. Dette aksepteres lettere i New York enn i Oslo. Lokaliseringen er en bevisst del av vår konkurransekraft, sier Hatteland.

I en tid hvor alle snakker om synergi-effekter i næringsklynger og storbyregionenes mangfoldige tilbud som nødvendige forutsetninger for å tiltrekke seg kompetente folk, går du mot strømmen?

- Jeg vil heller si at vi har valgt å gå utenom allerede opptrakkete spor. Vi lever av nytenkning. Vi er i en bransje som domineres av globale selskaper. I alt vi gjør må vi være minst like gode som dem, og i våre nisjer må vi også være bedre på enkelte av parametrene. Våre produkter og systemer skal oppleves som best. Vi må ligge i front i teknologiske løsninger og kvalitet, men også hele tiden videreutvikle våre egne forretningssystemer, logistikksystemer og systemer for kundeoppfølging. Noen av løsningene, f. eks et lager-robotsystem som Ingvar Hognaland utviklet for vårt eget behov for noen få år siden, er blitt et globalt nisje-produkt som vi markedsfører under merkenavnet Autostore, forteller Hatteland. - Dette er også tilfellet med vårt RAM data-basesystem, som opprinnelig ble utviklet for å mestre vår egen vekst og behov for superrask tilgjengelighet til og behandling av bedriftens data. Systemet regnes som ett av de mest avanserte i verden, og fra en fjelldal her i Vats kan vi behandle og lagre data for kunder over hele verden.

Du startet din yrkeskarriere i din fars landhandel. For noen år siden solgte du

ut deler av det du hadde skapt, og kunne hvilt på laurbær resten av livet. Men fortsatt har du lange arbeidsdager. Hva er det som driver deg?

- Gleden ved å prestere, se nye utfordringer, utvikle nye løsninger og forretninger sammen med andre, og å skape gode arbeidsplasser. I landhandelen lærte jeg det fundamentale når det gjelder kundebehandling og salg. Siden har jeg sammen med mine medarbeidere bygd stein på stein. Erfart og lært. Min oppskrift er ikke unik. Det handler om å rekruttere medarbeidere som du kan delegere til. Jeg går ikke rundt og overprøver folk. Når folk blir vist tillit, tar de ansvar. De har like sterke følelser for bedriften som jeg og min familie. Folk liker å oppnå resultater, da trives de og blir værende. I dag har vi medarbeidere med ulik kompetanse og bakgrunn.

Enkelte er cybernetikere, programmerere og dr. ingeniører. Men vi opplever, som næringslivet for øvrig, at videre vekst til en viss grad hemmes av mangel på kompetent arbeidskraft. Samtidig er det viktig å være seg bevisst at den knapphet på folk vi opplever i dag, neppe varer evig. Veksten må være robust, slik at vi kan møte endringer i markeds- og rammebetingelser, sier Hatteland.

Hvordan rekrutterer dere?

- I litt over ett år har vi hatt 27 polske kvinner ansatt i vår monteringsavdeling. Dette er en løsning vi er svært tilfredse med. Meningen er at vi skal etablere en ny monteringslinje i Polen. Da vil våre polske medarbeidere ha mulighet for å



Hatteland Gruppen er en virksomhet med mange egg i kurven.

vende tilbake til Polen, gjerne som arbeidsledere eller avdelingsledere. Fabrikken skal ligge i Kozalin, ikke så langt fra Gdansk, og vi håper å ferdigstille den i løpet av 2008.

Vi har også rekruttert sju programmerere med topp universitetsutdannelse fra Romania. For å kunne arbeide innenfor vår systemplattform kreves det kompetanse som ikke kan tilegnes ved noe universitet. Vi kunne gjerne tatt i mot flere, men veksten må avpasses til hvor mange vi kan ha under opplæring, forteller Hatteland.

SLUTTKOMMENTAR

Samtalen med Jakob Hatteland har vært en høytidstund, og det ovenstående er et stramt utdrag. Intervjueren har av spesielle grunner møtt og lært å kjenne mange av Rogalands bedriftsskaperne. Han har også vært med å lage jubileumsbøker for noen av dem. Derfor kjenner han også godt historiene til O.G. Kverneland, Ole Nielsen (DFU), Jonas Øglænd og Chr. Bjelland. Disse hadde det til felles at alle fire var husmannssønner. Hadde de noe til felles i tillegg som er relevant for vår tid? Jeg vil peke på tre momenter: De hadde en helt spesiell evne til å lese markedets utvikling og behov, de hadde teknisk innsikt som de intuitivt kunne omsette til konkurransedyktige produkter - og til slutt, de hadde pågangsmot og tålte motgang. Jeg deler min refleksjon med Jakob Hatteland. Han reserverer seg når det gjelder å bli regnet på linje med de nevnte personer, men noen av egen-skapene kan han vedkjenne seg.

Jakob Hatteland Holding AS er morselskap for blant andre selskapene Jakob Hatteland Computer, Jakob Hatteland Display, Jakob Hatteland Assembly og Hasla Gård Holding som eier Hattelco - Norway og Hattelco - Sweden. Virksomheten startet i 1971 som distributør for

elektroniske komponenter. I 2000 og 2001 ble deler av virksomheten solgt ut, mens utskilt virksomhet er videreutviklet slik at omsetningen i 2005 var på over 1,3 milliarder kroner. Gruppen har 280 ansatte, herav 175 i Åmso-sen i Vindafjord kommune. www.hatteland.no

Fakta

INNSYN OG UTSYN



Sosiologi for å påvirke

Man bør favne bredt som leder, og de fleste sjefer henter allerede inspirasjon i psykologien, filosofien og pedagogikken. Men ikke glem sosiologien, råder sosiolog Laura Kray, lektor ved Haas School of Business ved universitetet i Berkely i California i USA. Spesialfeltet til Kray er å se på hvordan grupper oppfører seg i forhandlings- og beslutningssituasjoner, og hun er overbevist om at man kan påvirke medarbeideres atferd ved hjelp av noen helt grunnleggende sosiologiske prinsipper.

Dagens Næringsliv 6. september 2006

Bytteforhold

If you have an apple and I have an apple and we swap apples, we still have only one apple each, but, if you have an idea and I have an idea and we swap ideas, we now have two ideas each.

Anon – www.numusic.no

Ferskvare

Kunnskap er en ressurs som det blir mer av desto mer vi bruker den. Derfor må kunnskap deles, forvaltes og foredles på en god måte. I fremtiden vil kunnskap være ferskvare. Utdanning vil

ikke være noe vi er utstyrt med en gang for alle, den vil måtte oppdateres hele tiden.

Marit Arnstad i Næringsliv 24
15. september 2006

Folkets intellektuelle utvikling

Ingen leder, uansett hvor stor han måtte være, er så viktig for folket som dets egen intellektuelle utvikling.

George William Russell

Ekte beskjedenheter

Jeg har brukt mye tid på å unngå å få stillinger. Det er utrolig hva folk tror jeg kan.

Ellen Holager Andenæs

Gammelfeminisme?

Menn arbeider for å nå et mål. Kvinner arbeider for å avverge katastrofe.

Berit Ås

Nyfeminisme?

Menn får mer frynsegoder ute i arbeidslivet. Menn får bedre betalt generelt, men jeg mener, noe skal de ha fordi de ser så utrolig teite ut uten klær.

Anne-Kat. Hærland

Bli smart med Natascha-metoden

I en kronikk i Der Standard (Wien) tar psykologen og forfatteren Heinz Zangerle et kraftig oppgjør med skolevesenet. - Vil man ha et selvbevisst, intelligent, velutdannet og verdensvant barn, er det beste man kan gjøre å holde det borte fra skolen, hevder han.

VG 15. september 2006 om Natascha
Kampusch

Byråkratiet skaper ikke verdier

- Det kan ta fire måneder å få behandlet en arbeidstillatelse for utlendinger i Norge. Fire måneder! Om fire måneder skal jo jobben være ferdig, sier Drangeid. I Finland og Frankrike er holdningen: Hvordan kan vi hjelpe? I sentrale korridorer i Norge synes holdningen å være: Hvordan kan vi la være? sier Drangeid.

Konserndirektør Geir Arne Drangeid i
Aker til VG.

Rogaland best igjen!

Rogaland er best i landet på tjenestepensjon. En fersk undersøkelse viser at 64 prosent av norske arbeidsgivere har opprettet obligatorisk tjenestepensjon (OTP) for sine ansatte. For Rogaland er tallet 77 prosent.

NHO Rogaland

Såkorn for nye arbeidsplasser

Verdiskapingsprogrammet for matproduksjon har ført til 315 nye arbeidsplasser. Men hver av dem har i prinsipp kostet over en million kroner. De 315 nye arbeidsplassene er fordelt på 118 nye matbedrifter, som til sammen har utviklet eller videreført 1.237 nye eller fornyede produkter. Programmet gjennomføres i regi av Innovasjon Norge, som de siste fem åra har bevilget vel 427 millioner kroner til de ulike prosjektene.

Nationen, 20. september 2006

Årets gavebok til ansatte og kunder

I "Mirakelbrødre og klosterjomfruer"
presenterer forfatter Engwall Pahr-Iversen
et annerledes stykke Stavangerhistorie.

COMMENTUM
FORLAG AS

Kontakt oss på:
Tlf. 51 96 12 40 - Fax: 51 96 12 51
ordre@commentum.no - www.commentum.no

Utsalgspris
349,-

Rabatter gis ved
større antall



Utfordringer på arbeidsmarkedet

Arbeidsgivere i Rogaland melder om stor etterspørsel etter arbeidskraft. Det er foreløpig lite som tyder på utflating og det er et stort problem for mange bedrifter å få tak i kvalifiserte medarbeidere. Resultater fra NAV (tidligere Aetat) sin bedriftsundersøkelse for 2006 viser at næringslivet i Rogaland ønsker å ansette 5.000 nye medarbeidere.



Tekst: Einar Talgø, NAV Rogaland

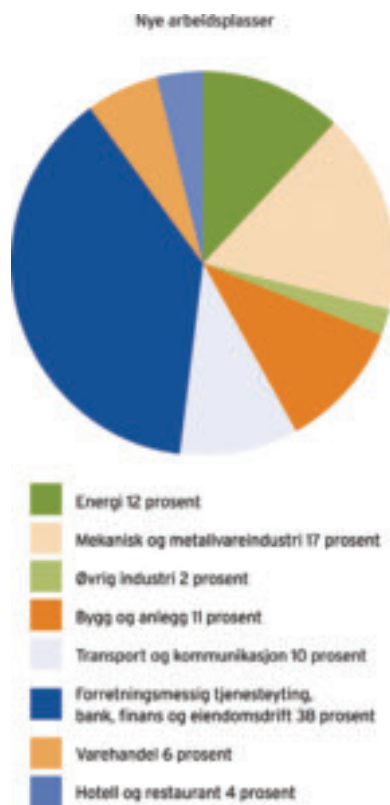
Med 1,8 prosent av arbeidsstyrken helt ledig i september er Rogaland blant fylkene i landet med lavest ledighet. Ledigheten i fylket er redusert med 40 prosent siden samme tid i fjor, og antall utlyste stillinger har hittil i år økt med over 50 prosent. Det rapporteres om store rekrutteringsproblemer. I vår bedriftsundersøkelse melder 25 prosent av bedriftene at de har problemer med å skaffe tilstrekkelig kvalifisert arbeidskraft. Av disse melder 17 prosent at de har ubesatte stillinger som følge av rekrutteringsproblemer. På samme tid i 2005 rapporterte åtte prosent av bedriftene om dette. Vi regner med at markedet vil stramme seg til ytterligere.

Hva gjøres for å løse rekrutteringsbehovet?

Det jobbes på bred front for å løse rekrutteringsproblemene - både internt i bedriftene og gjennom samarbeid med bl.a. NAV.

Problemer med å skaffe kvalifisert kompetanse fører til økt fokus på rekruttering blant bedriftene i fylket. Det er vårt inntrykk at arbeidsgivere justerer kompetansekravene noe i forhold til de søkere

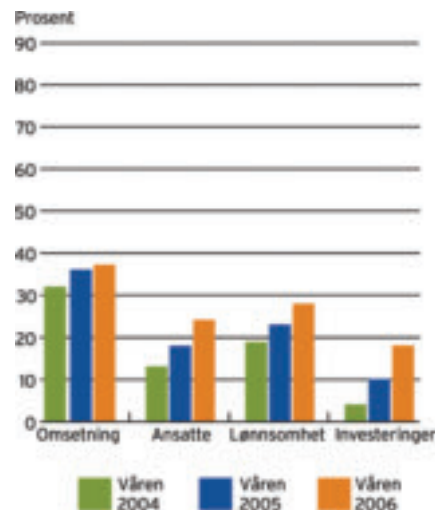
de får kontakt med. For å opprettholde kompetansen på ønsket nivå satses det mer på opplæring for nyansatte.



Bedriftsundersøkelsen
- De nye arbeidsplassene som forventes på ett års sikt fordelt på næring

Det finnes også eksempler på bedrifter som gir opp å annonsere ledige stillinger, og tilpasser aktivitetsnivået etter tilgjengelig kapasitet eller/og forsøker å rekruttere medarbeidere fra konkurrerende bedrifter. Det siste har den uheldige effekten at det er meget lønnsdrivende.

I statsbudsjettet settes det av mye penger til arbeidsmarkedstiltak - til tross for at arbeidsledigheten går nedover. NAV driver utstrakt yrkesrettet kvalifisering, slik at ledige kan dekke ulike behov i arbeidsmarkedet. Det er en viktig utfor-



Forventningsindeks 2004 - 2006:
Nettoandelen som venter økning i omsetning, ansatte, lønnsomhet og investeringer

dring å gi flest mulig arbeidsledige anledning til å få jobb når markedet er bra. NAV ønsker tett samarbeid med arbeidsgivere på dette området.

ØKT ARBEIDSINNVANDRING

Fra 2004 har antall arbeidstillatelser etter EØS regelverket i Rogaland økt med nesten 50 prosent. To tredjedeler av tillatelsene ble gitt til statsborgere fra Polen

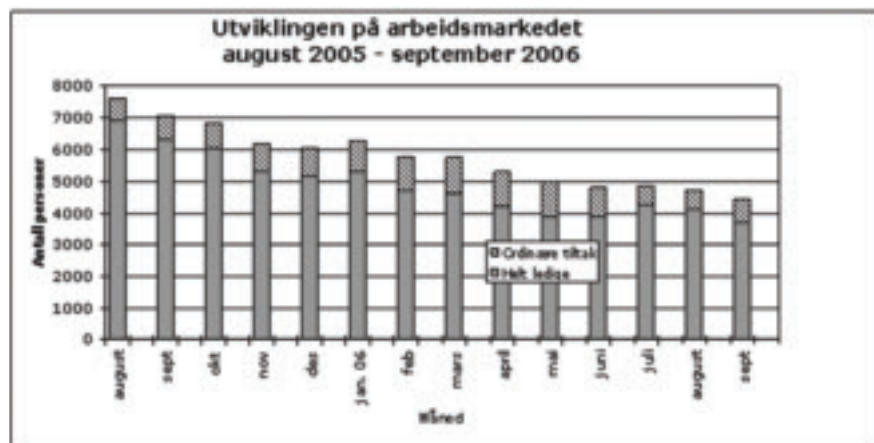
og Litauen. I følge vår undersøkelse går 20 prosent av bedriftene ut internasjonalt for å få tak i arbeidskraft.

Våren 2006 arrangerte NAV i regi av sin Eures-tjeneste en rekrutteringsmesse i Göteborg. Eures er en spesialtjeneste innen NAV og offentlige arbeidsmarkedsmyndigheter i de øvrige EU/EØS land, for formidling av arbeidskraft mellom medlemslandene. NAV Eures i Rogaland invi-

terte et antall lokale bedrifter til å delta med stand, og våre kolleger i Sverige kalte inn ledigmeldte svenske ingeniører. Resultatet ble at et hundretalls kvalifiserte svenske ingeniører fikk jobb i Rogaland. NAV Eures vil vurdere tilsvarende prosjekter fremover, i samarbeid med interesserte arbeidsgivere.

INKLUDERENDE ARBEIDSLIV SOM VIRKEMIDDEL

Prinsippene for Inkluderende arbeidsliv representerer en annen viktig mulighet. Redusert sykefravær og tiltak for at ansatte kan arbeide lenger før de går av med pensjon, kan gi viktige bidrag for å dekke arbeidsgivernes behov for arbeidskraft. NAV ønsker også at flere arbeidsgivere rekrutterer yrkeshemmede inn i bedriften. NAV har flere tiltaksmuligheter, og er innstilt på et samarbeid med arbeidsgivere som kan dekke deler av arbeidskraftsbehovet på denne måten.



Frisk frukt rett på jobben!

jobbfrukt.no



Hold konsentrasjonen og helsen oppe ved å abonnere på frisk jobbfrukt – det gir positive ringvirkninger for den enkelte og hele bedriften. Frukt skaper trivsel som dine medarbeidere vet å sette pris på!

www.jobbfrukt.no

Din leverandør i distriktet

alt er mulig:

SPS

SANDNES PRO SERVICE

Skippergt. 121 - 123, 4327 Sandnes
telefon +47 51 97 14 00
telefaks +47 51 97 14 01
post@sandpro.no www.sandpro.no



Velkommen til
VERNISSAGE

Ordfører Leif Johan Sevland åpner min
AVSLUTNINGS-UTSTILLING
 i mitt galleri i Gamle Stavanger
TORS DAG 9. NOVEMBER KL 1900

Utstillingen viser :
 Skulpturelle vaser, Relieffer, Skulpturer
 og utsmyknings-prosjekter

ÅPEN TIL 3. DESEMBER
 Mand-Fred 10-18, Lørd-Sønd 11-16

Etter denne utstillingen kommer jeg til å pendle mellom
 bosted i Stavanger og mitt atelier/galleri i Danmark
 Fast representasjon i Stavanger blir galleri AMARE

Helgi Joensen
 Øvre Strandgt 52 i Gamle Stavanger
 Tlf 51 52 98 99
www.helgijoensen.no www.gallerihelgi.dk

Julebord på Radisson SAS hotellene

Julen nærmer seg - tiden er inne for bestilling!

Vi vet hva som er viktig for en uforglemmelig julefest sammen med kunder og kollegaer. Vi tilsetter alle juleingrediensene du måtte ønsker deg av duft, smak og atmosfære. Etter maten er det dans til levende musikk på Royal og på Atlantic åpner vi Cobra med DJ for våre julebordsgjester. Og vi har ekstra gode overnattingspriser for de som har julebord hos oss.

Ring oss på 51 76 00 03 for mer informasjon og reservasjon.



Radisson SAS Royal Hotel
 Løkkeveien 26, 4002 Stavanger
info.stavanger@radissonsas.com

stavanger.radissonsas.com

Radisson SAS Atlantic Hotel
 Olav V's gt. 3, 4002 Stavanger
info.stavanger@radissonsas.com

Radisson **SAS**
 HOTELS & RESORTS



Pål Jacob Jacobsen

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

Et kjempestort europeisk arbeidsmarked

I sommer fikk vi besøk av fire norske ungdommer på Inter-rail. De var fascinert over hvor spennende Europa var, og jeg nikket med og var selvfølgelig enig. Samtidig var de sjokkerte over den dårlige språkkunnskapen til europeerne.

Hverken italerne, franskmenn eller tyskere kunne nok engelsk til å diskutere fotball og dataspill med dem. At inter-railene selv ikke kunne ett ord på noen av de nevnte språkene, var derimot selvsagt – de kunne jo engelsk – verdensspråket.

Men Europa er ikke lenger bare et land man besøker eller eksporterer til – det er vårt hjemmemarked, og vi har i dag fri bevegelse av mennesker i hele EØS-området – et område med 455 millioner innbyggere som fra 1. januar 2007 blir på 485 millioner når Bulgaria og Romania kommer med.

Dette gir fantastiske muligheter for den eventyrlystne, den ambisiøse eller den arbeidsløse. Engelsk er viktig – men uten tysk, får du ikke jobb i Tyskland, og uten fransk får du ikke jobb i Frankrike eller Belgia – bortsett fra norske organisasjoner som EFTA i Brussel – som tydeligvis ikke prioriterer franskkunnskaper og integrering i det belgiske samfunnet.

I europeisk skolepolitikk prioriterer man nå undervisning i det andre fremmedspråket som et viktig ledd for å øke mobiliteten og integrasjonen. I Norge går vi motsatt vei – men vi har jo oljen og nok av jobber, og Günter Grass oversettes jo til norsk.

Det er derfor ikke vår oppgave å lære italienerne å prate engelsk. Vi må istedenfor selv lære oss andre fremmedspråk.



Oljå ned - oppdretts-fisk opp

- FRA EN SAMTALE MELLOM JOHN NAISBITT OG JOSTEIN SOLAND

-Do you think I know the answer to this? Svarte han på spørsmålene. Før han ga krystallklare svar på hvordan det vil bli. Trendguruen John Naisbitt.



Tekst: Randi Øglænd

Foto: Eirik Johannessén/BITMAP

John Naisbitt var en av de mest profilerte foredragsholderne på årets AquaVision-konferanse. Naisbitt har gjennom mange år demonstrert en egen evne til å spå utviklingen i global handel og økonomi, og er derfor en av verdens mest etterspurte foredragsholdere. Og fem dager etter AquaVision-konferanse lanserte han sin nye bok, "Mind Set! - Reset your thinking and see the future".

Rosenkilden ba ham om å se litt inn i fremtiden for to av regionens satsingsområder – energi og mat.

Stavanger-regionen er i stor grad avhengig av olje og oljeindustrien. Nå er

prisen på olje høy. Tror du den vil forbli på et så høyt nivå, spurte Rosenkilden.

-Do you think I know? Spurte Naisbitt. Før han svarte. – Prisen vil gå ned.

Forklaringen på det er enkel. All erfaring viser at når prisen er høy, vil de som tjener penger på et produkt forsøke å selge enda mer av produktet – for å tjene enda flere penger. Altså sånn: – Høye oljeinntekter gjør at enda flere vil utvinne og selge olje, samtidig som det utvikles ny teknologi – som gjør at vi kan utvinne og selge enda mer olje. Dermed blir det så mye olje på markedet at prisen går ned.

Vi er 4,5 millioner innbyggere i Norge, og vi har valgt å investert store deler av oljeinntektene i et pensjonsfond som antagelig vil være oppe i 1660 milliarder kroner ved utgangen av 2006. Det blir over 350 000 kroner pr. innbygger. Er dette en god måte å investere pengene på, eller burde

de vært investert i forskning og utdanning?

-Det er forutseende og fornuftig å investere pengene i et pensjonsfond. Alle land burde ha et pensjonsfond. Flere land i Europa vil gå konkurs på grunn av fremtidige pensjonsforpliktelser. Norge har en flott sosialdemokratisk modell. Den bør dere holde på.

Han baserer sine spådommer på tidligere hendelser og erfaringer. Og selv om han ikke ser slik ut, så har han gjort seg erfaringer i hele 77 år. I tillegg ble hans første bok "Megatrends 2000" fra 1982 en internasjonal bestselger. Og han fikk rett. I de fleste av spådommene han kom med i boken. Det gir tyngde og troverdighet, og sannsynliggjør at nye spådommer i "Mind Set! - Reset your thinking and see the future" vil bli oppfylt. Og oppdrettsindustrien spås en lysende fremtid.





Jostein Soland, administrerendeditrør i Næringsforeningen og redaktør av Rosenkilden i samtale med trendguruen John Naisbitt i forbindelse med hans foredrag under årets AquaVision-konferanse.

En viktig næring for Stavanger-regionen er oppdrettsnæringen. Hvordan tror du den næringen vil utvikle seg, spør Rosenkilden.

-Do you think I know? Spurte han igjen. Før han svarte: - Prisen på oppdrettsfisk vil gå opp! Tilgang på naturlig produsert fisk vil minke, samtidig som etterspørse-len etter fisk vil øke, både på grunn av større bevissthet med hensyn til kosthold og helse, men ikke minst fordi verdens befolkning øker. Da trenger verden alternative forsyningskilder.

- Norge og Stavanger-regionen ligger helt i forkant innen oppdrettsnæringen. Jeg var på besøk hos Marine Harvest i går og så på oppdrettsanlegget deres. Jeg var imponert. Meget imponert. Dersom du spør en vanlig forbruker om han vil ha oppdrettsfisk, eller vanlig fisk, vil de fleste klart foretrekke den fisken som er naturlig produsert. Det er bare fordi de

ikke vet nok om oppdrettsnæringen. Dette er en næring i vekst, og en næring som driver meget seriøst og meget ansvarsbevisst. Altså sånn - utfordringen ligger ikke i å utvikle kvaliteten på oppdrettsfisken, men i å formidle den høye kvaliteten på produksjonen og på produktene.

Vi ser at vellykkede små og mellomstore bedrifter blir kjøpt opp av store internasjonale selskaper, med påfølgende flytting av hovedkontorene. Det skjer også innen oppdrettsnæringen her i regionen. Hva tror du det vil bety for regionen og for den videre utvikling av næringen?

- What's wrong with that? Spurte John Naisbitt. Før han svarte: - Det er slik markedskreftene virker. De må ikke selge. De selger fordi de mener det er det beste. Norge er heller ikke alene om å være store og dyktige på oppdrett. Se på Kina for eksempel. De begynte med fiske-

farmer for 3.000 år siden. Kineserne er store og vil bli enda større, og enda mer profesjonelle, og norske oppdrettsfirma skal konkurrere med dem i et globalt marked. Markedsplassen er den styrende kraften. Den vil vise hvem som vinner og hvem som taper. Det handler om ikke å slåss om markedsandeler. Finn din egen posisjon. Men ikke gå for langt fra de andre at folk ikke ser sammenhengen.

Norge har en utfordring i forhold til rekruttering og utdanning innen akvakultur. Vi ser nå at søknaden til studiene er dårlig. Hva bør vi gjøre i den sammenheng?

-Se på lønningene. Etter min erfaring henger dårlig rekruttering til studier ofte sammen med forventede inntekter etterpå. Til syvende og sist handle det om utdanning. Et lands fremste økonomiske prioritering er investering i utdanning.

Sofaprat med futuristen John Naisbitt

I slutten av september kom trendguruen John Naisbitt til Stavanger og akvakulturkonferansen AquaVision. Godt plassert i en rød sofa oppe på podiet gav han tilhørerne nøkkelen til å kunne forutse fremtiden. Dessuten sa han sine meninger om oppdrett, EU og innovasjon – for å nevne noe.



Tekst: Cathrine Gjertsen

Foto: Eric Johanessen/BITMAP

Storsalen i Stavanger Forum var tettepakket. Alle, inkludert kronprins Håkon, fulgte spent med da 77-åringen entret scenen. Mange i salen hadde nok lest Naisbitts bestseller "Megatrends 2000" fra 1982. 24 år etter er de fleste av oss enige om at Naisbitts spådommer var skremmende korrekte. Globaliseringen, som Naisbitt da forutså, er mer aktuell enn noen gang.

- Jeg gikk glipp av både sardin- og olje-eventyret. Nå håper jeg at jeg kan være med på opprettsevenyret, sa Naisbitt da han fikk satt seg ned, med klar adresse til publikummet i Stavanger.

Mannen som vokste opp blant bønder i Utah, startet foredraget med å sammenligne oppdrettsnæringen med det tradisjonelle jordbruket. Han oppfordret også, som flere andre under konferansen, bransjen til å informere omverdenen om fordelene ved akvakultur.

- Dere har en fantastisk historie å fortelle, men dere forteller den ikke. Oppdrettsfisk er sunt, den bidrar til å dekke et økende globalt matbehov, og næringen er profesjonell og velutviklet. Naisbitt mente bransjen måtte motbevise de mange mytene omkring fiskeoppdrett.

GLOBALISERING

Naisbitt fortalte videre om globaliseringen av næringer som oppdrett. - Konkurransen på oppdrettsiden vil ikke være mellom f.eks. Norge og Chile, men mellom ulike selskaper verden over. Det gjelder ikke lenger å være best i sitt eget land, men best i verden. Dette vil føre til globalisering av talenter innenfor oppdrettsnæringen og andre næringer. Slik som i fotballverden vil selskaper i større grad hente inn talentfulle mennesker, fastslo John Naisbitt. Økte globaliseringen og flere mennesker på reisefot vil gjøre folk mer og mer bevisste på sin egen kultur og historie, mener Naisbitt. - Vi vil bli mer nasjonalistiske og dyrke vår kultur på en helt annet måte enn tidligere.

EU OG NYVINNINGER

Fremtidsforskeren tror ikke det vil komme nye, revolusjonerende oppfinnelser i løpet av de neste 50-100 årene. - Vi vil arbeide med å perfektionere de teknologiske nyvinningene fra 1900-tallet. De nyvinningene som eventuelt kommer vil utvikles innenfor forskjellige næringsklynger, sa Naisbitt.

Selv om John Naisbitt bor i Østerrike og stortrives med den europeiske kulturen, tror han Europa stor overfor en mengde utfordringer.

- Når jeg ser på Europa, så ser jeg to

hjerter, 25 tenkemåter uten noen form for lederskap. Lisboa-erklæringen skulle gjøre Europa til verdens mektigste økonomiske region, men slik jeg ser det, er Europa på vei nedover. EU vil være plaget av politiske konflikter, høye skatter, minskende eksport og liten produktivitet i lang tid fremover, uttrykte Naisbitt. Han mener Kina og India vil bli sterkere og sterkere økonomiske regioner, men ser ingen konkurranse mellom de to verdensdelene. Likevel tror Naisbitt USA vil være ledende i lang tid fremover: - USA er en stormakt og vil forbli en stormakt i minst 75 år fremover, understreket han.

NØKKELEN TIL FREMTIDEN

I siste delen av foredraget forklarte Naisbitt i korte trekk hvordan hver enkelt av oss kan forutse fremtidige trender. Fem korte punkter skulle hjelpe oss på veien.

1) Du får ikke resultater ved å løse problemer. - Problemløsere jobber med gårsdagens oppgaver. Det er opportunistene som gjør noe nytt, sa Naisbitt.

2) Ikke gå så langt foran i prosessen at folk ikke vet at du deltar i den. - Det jeg vil frem til er at folk ønsker å vite hva som skjer i fremtiden, men ikke det som er for langt frem i tid. Det må være overskuelig for å være interessant, sa Naisbitt.



3) Se fremtiden som et puslespill
– For å se frem i tid, må man evne og se de små tingene. Så må man sette sammen småbitene til et bilde på fremtiden, men tro ikke at alt skjer i tur og orden. De små bitene med informasjon kommer sjelden i kronologisk rekkefølge – det må tolkes, forklarte Naisbitt.

4) Fremtiden ligger i nåtiden

5) Det er frigjørende å ikke ha rett hele tiden. – Einstein visste slettes ikke om alt han gjorde, var rett. Man må prøve og feile samt ta en sjanse eller to, sa Naisbitt.

Deretter fulgte en kort runde med spørsmål fra salen hvor Naisbitt bl.a. snakket om at oljen vil vare i lang tid fremover, om at TV-verdenen ikke er så virkelig

som vi tror, og at den virkelige verden er fredeligere enn den noen gang har vært. Mediene forvrenger vårt virkelighetsbilde.

De 10 megatrender (fra boken "Megatrends 2000" som kom ut i 1982)

- Fra industri- til informasjonssamfunn
- Fra lav- til høyteknologi
- Fra nasjonaløkonomi til verdensøkonomi
- Fra langsiktig til kortsiktig
- Fra sentralisering til desentralisering
- Fra institusjonshjelp - til selv-hjelp
- Fra representativt til deltagende demokrati
- Fra hierarkier til samarbeid på like fot
- Fra nord til sør
- Fra enten eller til flere muligheter

John Naisbitt ga ut den internasjonale bestselgeren "Re-inventing the Corporation" i 1985. "Megatrends 2000" kom ut i 1982. Den ble utgitt i 32 land og ble en bestselger i USA, Japan, og Tyskland. "Megatrends for kvinner" kom i 1992, og hans japanske bok, "Japan's Identity Crisis", ble utgitt i 1992. Den ble en bestselger i Japan. I 1994 fikk boken "Global Paradox" - England's World Review Award for The Best Book of The Year. "Megatrends Asia" i 1995 ble en bestselger i Tyskland og i Asia. Boken "High Tech High Touch" ble utgitt høsten 1999, og er nå utgitt i 17 land. Hans siste bok, "Mind Set! - Reset your thinking and see the future" ble lansert i New York den andre oktober i år.



AMBIO Rekruttering AS

tilbyr rekruttering til faste stillinger til alle deler av næringslivet - både på nasjonalt, nordisk og internasjonalt nivå.

Enten du er på jakt etter nye medarbeidere, kollegaer eller nye utfordringer lover vi å ta godt i mot deg.

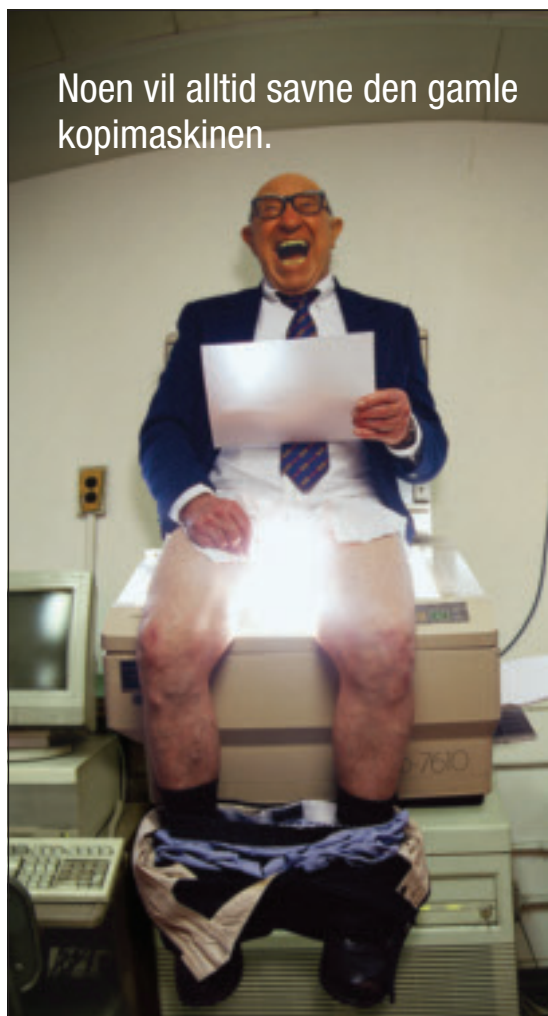
Du har kompetansen og erfaringen - vi skaper mulighetene.

Besøk oss på **www.ambio.no**



AMBIO Rekruttering AS, Godesetdalen 10, 4034 Stavanger
Tlf: 51446400 Fax: 51446401 E-post: rekruttering@ambio.no

Noen vil alltid savne den gamle kopimaskinen.



KONICA MINOLTA

www.konicaminolta.no

stenda

Med bizhub
savner du ingenting.

- Skriver*
- Skanner*
- Kopimaskin*
- Send e-post direkte fra bizhub C250*

* kan utføres i sort/hvitt og farger

Ta kontakt i dag for avtale om **gratis** prøveinstallasjon.



Markedets mest komplette serie av fargeprodukter.

bizhub
forandrer alt



Prøv en
bizhub C250
gratis i to
uker!

Konica Minolta Business Solutions Norway AS · Sverdrupgate 23, 4007 Stavanger · Tlf. 09400
www.konicaminolta.no

Flere internasjonale kontakter til olje- og gassrelatert IT-bedrift på Forus

Tektonisk AS har i løpet av september måned blitt tildelt flere internasjonale kontrakter med store operatørselskaper.

Total E&P Nederland B.V. tildelte kontrakt for bruk av Tektonisk egenutviklede og internettbaserte løsning ShareCat i subsea utbyggingsprosjektet K5F. K5F er et nytt gassfelt lokalisert på Nederlandske side av Nordsjøen, omtrent 110 kilometer nordvest av Den Helder. Total er operatør for utbygging og drift. Løsningen ShareCat skal benyttes til innsamling og validering av all dokumentasjon knyttet til leveransekjeden i prosjektet, og vil koble operatør, kontraktører og leverandører sammen i en felles prosjektportal, som gir full historikk og sporbarhet. Dette er det andre prosjektet hvor Total E&P



Salgs- og markedsdirektør i Tektonisk AS, Kjetil Jacobsen

Nederland B.V. gjør bruk av løsningene våre, forteller en tilfreds salgs- og markedsdirektør Kjetil Jacobsen.

Shell International E&P i Nederland tildelte en kontraktsforlengelse for leveranse av konsulenttjenester innenfor områdene informasjonsforvaltning og

utstyrsklassifisering.

Forlengelsen bygger på vårt gode samarbeidsforhold med Shell, gjennom vårt arbeid ved å fremskaffe leverandørdata og klassifiseringsinformasjon i henhold til beste praksis standarder, bekrefter Kjetil Jacobsen.

Tektonisk leverer løsningen ShareCat til olje & gass industrien internasjonalt. Selskapet ble etablert i 1993, og har kontorer i Bergen, Stavanger og London.

Nyhet

MOSAIQUE
MOSAIQUE
MOSAIQUE
MOSAIQUE
MOSAIQUE
MOSAIQUE
MOSAIQUE
MOSAIQUE
MOSAIQUE
MOSAIQUE
MOSAIQUE

Mosaique as ble etablert i 2001. Vi rekrutterer til faste stillinger for regionens hjørnestensbedrifter innenfor flere bransjer. Våre kunder er blandt de store og veletablerte selskapene i regionen. Våre kandidater er blant de fremste på sine fagfelt. Mosaique bidrar med faglig input til profesjonell rekruttering, og tilgang til kvalifiserte kandidater gjennom vårt nettverk.

Når du trenger nye medarbeidere:

www.mosaique.no

- Ledere
- Prosjektledere
- Geologer
- Petroleumsingeniører
- Sivilingeniører
- SAP-konsulenter
- DAK-operatører
- Økonomer
- Utviklere
- Selgere
- Styre
- Rådgivere
- IT-spesialister
- Ingeniører

PÅ JAKT ETTER GODE HODER

I dagens marked er det en utfordring å finne nye medarbeidere. Det er ikke bare å finne en person med de rette kvalifikasjonene, vedkommende skal også være riktig motivert og virkelig ha lyst på jobben! Vi har lyktes i et vanskelig marked! Fornøyde kunder og fornøyde kandidater er et bevis på det. Mosaique er i dag størst på headhunting til næringslivet i Stavanger regionen. For mer informasjon gå inn på www.mosaique.no eller ta kontakt på telefon 51 85 41 60.

MOSAIQUE AS

Verkgaten 62. 4013 Stavanger.

BLEST

U T E N D Ø R S R E K L A M E



Bannere og fasadedekor synliggjør ditt budskap på en effektiv måte. Vi leverer ulike materialer som tåler vær og vind – og monterer om det er ønskelig.

BITMAP*

Tlf. 51 84 92 30

Kvitsøygt. 91, 4014 Stavanger, post@bitmap.no, www.bitmap.no

REKLAMEFOTO SCANNING DIGITAL UTSKRIFT MESSEDEKOR BILDEDATABASE





Thomas Wollburg

Webutvikler i reklamebyrået Blest

Ny webutvikler i Blest

Thomas Wollburg er ansatt som webutvikler i reklamebyrået Blest. Thomas kommer fra Tyskland og har sin utdannelse

som Bachelor of Science in Computer Science fra Universitetet i Berlin. Han har de siste syv årene jobbet i forskjellige internetbyråer, og har siden 2003 vært ansatt i SkyGate Internetworking GmbH som webutvikler og prosjektleder. Thomas vil jobbe med resten av webutviklingsteamet i Blest, og utvikle internetbaserte presentasjoner og verktøy for våre kunder.



Nina Martinus

Daglig leder i Reload

Andre periode som daglig leder i Reload

Nina Martinus har tiltrått som daglig leder i reklame- og kommunikasjonsbyrået Reload. Hun var med på etableringen av selskapet i

2000, og har nå tatt fatt på sin 2. periode som daglig leder. Nina har mange års erfaring med salg- og markedsarbeid i det lokale næringsliv. Hun er utdannet innen salg- og serviceledelse. I de 3 siste årene har hun vært engasjert med undervisning og videreutvikling av fagplaner innen den videregående skolen.



Jan Holm

Forretningsutvikler i Melvær & Lien

Jan Holm til Melvær&Lien Idé-entreprenør

Jan Holm har arbeidet med internasjonal virksomhet de siste åtte årene, og har lang erfaring med

arbeid innen marketing, PR, forretningsutvikling og salg, sist i IBAS/Kroll-systemet. Han har tidligere jobbet som Marketing Director i Autonomy Nordic, et globalt programvareselskap. I tillegg har han jobbet med strategisk forretningsutvikling i Norske Interaktivitetsarkitekter og som markedssjef i Fortuna Forlag. Jan har sin utdannelse fra BI/NMH og har tatt internasjonal markedsføring, eksport og økonomi på ESADE Barcelona og ICADE Madrid. I Melvær&Lien Idé-entreprenør skal Jan ha hovedansvar for utviklingen av selskap MixMaster Solutions AS. Han vil arbeide med kommersialiseringsmuligheter og produkter knyttet til selskapet. I tillegg vil han arbeide med forretningsutvikling for eksisterende kunder, utvikling av nye konsepter, og han vil bidra i enheten som arbeider med inkubasjonsvirksomhet og bedriftsutvikling i såkornfase.



Jannicke Brun Bjelland

Økonomi og administrasjonsleder i Fasett

Ny økonomi - og administrasjonsleder til Fasett

Jannicke Brun Bjelland er ansatt som ny økonomi og administrasjonsleder i Fasett. Hun er utdannet diplomøko-

nom med spesialisering i økonomistyring og investeringsanalyse ved BI. Hennes jobb i Fasett vil blant annet være å ha ansvar for økonomistyring og administrative rutiner. Jannicke har yrkeserfaring fra blant annet GE Capital Bank og Melvær & Lien Idé-entreprenør.

Bryggeriparken
Næringslokaler til leie

Bryggeriparken består av alle tidligere bygningene til Tou Bryggeri. Vi har tilgjengelig 230 000 kvm næringsareal på en 120 mål stor tomt. Eksisterende bygningsmasse er på 30 000 kvm.



Velkommen som leietaker i Bryggeriparken!

Vi har 2000 kvm kontorer og 5000 kvm butikk/lager i eksisterende bygningsmasse ledig. Videre skal det bygges ca 200 000 kvm hvor gateplan er forbeholdt butikk og utstillingslokaler.



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



Maren Aadnøy
Goa

Planner i
Fasett

Ny planner til
Fasett

Maren Aadnøy Goa er ansatt som planner i Fasett. Hun skal bidra med å styrke Fasetts kompetanse og kapasitet på råd-

givning og utvikling av sterke merkevareidentiteter og kreativ kommunikasjon. Maren vil hovedsakelig jobbe med merkevarebygging med fokus på research, innsikt og strategi for Fasetts kunder. Maren har studert BA (Hons) Advertising and Marketing Communication ved Bournemouth University i England. Hun kommer fra stillingen som Planner i Ogilvy Oslo, hvor hun har erfaring med utvikling av merkevare- og kommunikasjonsstrategier for flere nasjonale og internasjonale kunder.



Mari Anne Feet

Prosjektleder i
Fagforum for
mat og drikke

Prosjektleder i
Fagforum for mat og
drikke

Mari Anne Feet er ansatt som prosjektleder i Fagforum for mat og drikke med ansvar for prosjektene "Opplev

Matfylket" og "Reker og Lam". Mari Anne har de siste to årene vært Regionsjef i Goa i India for fire resorts. Hun har i flere år jobbet som hotelldirektør i Asia, og har vært driftsdirektør for Rica Nordkapp Hotell. Mari Anne har drevet sin egen restaurant på Bali, som hun fortsatt eier. Hun har sin utdanning fra Norsk Hotellhøgskole og Suhr Seminarum i København. Foruten en lidenskap for mat og reiseliv snakker Haugsundsanta flere språk flytende, blant annet engelsk, fransk, indonesisk og tysk.



Kjell Fjeldheim

Daglig leder i
KleppHus AS

Ny daglig leder i
KleppHus AS

Kjell Fjeldheim er ansatt som ny daglig leder i KleppHus AS. Kjell kommer fra transport & logistikk-selskapet SR

Transport, hvor han hadde ansvar for marked, personal og økonomi. Blant tidligere erfaring har han vært direktør i et næringsmiddelsselskap. Kjell er diplomøkonom fra BI foruten å være agronom. Fjeldheim tiltrådte 1. september 2006



Randi Tveit
Thorsen

Prosjektko-
ordinator i
SRN

Ny prosjekt-
koordinator i
Stavanger-regionen
Næringsutvikling

Randi Tveit Thorsen er ansatt som prosjektkoordinator i Stavanger-regionen

Næringsutvikling. Hun kommer fra stillingen som administrasjonskonsulent i SAS Facility Management Norway As (tidligere Braatens). Tveit Thorsen har over 25 års erfaring fra flybransjen og fra bankvirksomhet. Som prosjektkoordinator vil hun arbeide med aktiviteter knyttet til regional næringsutvikling.

Vit at vi er der.

SpareBank 1 SR-Bank

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

Priser: (størrelser angitt med BxH)

Helside: (Utfallende) 210x297 mm, 186x270 Kr. 17.500.-

Halvside: 186x134 mm (ligg.) Kr. 10.000.-

Kvartside: 186x65 mm (ligg) Kr. 5.500.-

Innstikk: pris etter avtale. Fem prosent rabatt for medlemmer. For mer informasjon kontakt:

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

Frist for innlevering av materiell for neste nummer er 13. november
Trykk: Kai Hansen Trykkerie AS



David Ottesen

Humankapital

Så synes sannheten endelig å ha åpenbart seg for de aller fleste av oss. Det er ikke som Frederick Winslow Taylor i sin tid trodde, at det var maskinene og teknologien som var avgjørende for produksjonen. Det er, har alltid vært, og vil alltid være, menneskene. I samspill med teknologi og i samspill med optimaliserte prosesser. Men skal vi produsere mer må vi ha tilgang til humankapital.

Dette ser vi i dag tydelig også i vår region. Vi har ikke nok menneskelige ressurser, og derfor risikerer vi å måtte legge bånd på oss selv og våre ambisjoner. Vi har rett og slett ikke nok kapasitet.

Dette resulterer i mange kreative og spenstige løsninger. I siste nummer av Rosenkilden nevnte jeg aktiviteten omkring integrerte operasjoner, og at denne måten å arbeide på ikke "bare" har som mål å tilføre fellesskapet bruttoverdier på ufattelige 250 milliarder kroner, men skal også resultere i en mer effektiv bruk av personell - både i felten og på land. Løsningen er å arbeide smartere, for derigjennom å lette presset i arbeidsmarkedet.

Jeg har veldig tro på det arbeidet som gjøres, men det er det ikke alle som har. Skal vi lykkes, må vi som ledere adressere "strekken" i laget. På spørsmål til involverte parter synes det som om det sprer seg en oppfatning av at man kanskje trenger mer personell i helheten, men at man sparer noen stillinger i havet!

Et annet aspekt som det ikke er så helt enkelt å forholde seg til i denne personell-hungrige tiden, kommer også fra oljeindustrien. Under en jobbmesse i en vestlandsby sto en av de største norske leverandørene frem og gav uttrykk for tilfredshet over interessen, men frustrasjon over at de ikke var i stand til å konkurrere lønnsmessig med de toneangivende oljeselskapene.

Dette må det gjøres noe med. Hvordan skal vi forholde oss til

det faktum at i de selskapene hvor aksjonærene betaler minst av kostnadene, er lønnstilbudet høyest? I oljeselskaper i skatteposisjon betaler eierne 22% av kostnadene, mens i leverandørindustrien betaler eierne 72%. Vi burde ha en lov som forbød oljeselskaper å være lønnsledende!

Tilbake til kompetanse og rekruttering. Arbeidsledigheten har aldri vært lavere i fylket vårt. Men det er fortsatt tilgjengelige ressurser innenfor gruppen "nye nordmenn". Det er tydeligvis fortsatt mange som ikke har fått med seg at vi her har mange gode ressurser. Men i tillegg må vi ut for å rekruttere, både nasjonalt og internasjonalt. Og da er det særdeles viktig at vi opprettholder fokus på at regionen skal være en attraktiv plass å arbeide og leve i. Næringsforeningens arbeid med prosjektet "Ny i Rogaland" er ett veldig viktig initiativ i denne sammenhengen, som vi alle med stort utbytte bør støtte aktivt opp om. Her handler det om å ta imot og integrere nye medarbeidere og deres familier på en slik måte at de trives hos oss.

Regionen mangler personell på tvers av de fleste yrkesgrupper, og trykket forventes ikke å avta i nær fremtid heller. Det skal bli spennende å følge utviklingen. Vi må tenke nytt, og vi må ha mot til å tenke nytt, både når det gjelder hvordan vi arbeider og hvem vi arbeider sammen med. Kall det gjerne organisasjonsutvikling i opprørt vann (mildt sagt). Som kjent: skal vi lykkes i endring, må vi som ledere engasjere oss og delta aktivt. Overlater vi dette til andre, blir "strekken i laget" enda mer krevende, og tiltakene kan bli uten virkning.

Så avslutningsvis - dette er viktig, vis at du tar det alvorlig.

**Golf hele året på
18-hulls seasidebane!**

**Proshop, kurser, utleie av utstyr
Sponsorplasser, events, interne og
åpne firmaturneringer!**

Kontakt oss på tel. 51 69 68 90



Nyhet til små bedrifter: PRO – enkel og effektiv bankløsning

Nå kan du få mer
ut av banken.
Og bruke mindre
tid på det.

pro

Fordi arbeidstid er penger

Driver du en liten bedrift? Da vet du at arbeidstid er penger. Å løpe i banken for den minste ting er ikke bare travelt – det fører også til tapt fortjeneste.

I SpareBank 1 SR-Bank ønsker vi å gjøre det enklere for de små bedriftene. Dere er grunnfjellet i verdiskapingen. Derfor har vi utviklet PRO – en enkel og komplett bankløsning for våre minste bedriftskunder, som gir flere fordeler og rabatter. PRO inneholder alt du trenger og er langt enklere enn det du har i dag.

Vil du vite mer? Se www.sr-bank.no/pro
Ta kontakt med oss på tlf 02008
eller post@sr-bank.no

Synsenteret Synsam, Stavanger

Vit at vi er der.

SpareBank 1 SR-Bank