

Rosenkilden

NÆRINGS-
LIVS-
MAGASINET
NR. 10 - 2007
ÅRGANG 13

Stor interesse for nyskaping og innovasjon i Stavanger-regionen

- Alle har behov for å arbeide med ideer. Det er nødvendig innenfor alle typer bransjer. Fornyelse er helt nødvendig for den som ønsker å være en betydningsfull aktør også i framtiden, sier dr. ing. Erik Lerdahl. ■ Side 24-25

Nybakt senior

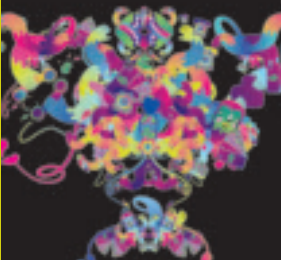
- Seniorene er mer etterspurt nå, sier Harald Sig. Pedersen. Men det har nok sammenheng med situasjonen i arbeidsmarkedet for tiden. Den store testen får vi når markedet eventuelt snur. ■ Side 6-9

Næringslivet og Facebook

De virtuelle miljøene er betydelige samfunnsarenaer. Bruken er ikke lenger "bare" sosial interaksjon mellom tenåringer. Voksenlivets gjøremål har inntatt nettsamfunnene. ■ Side 12-13

Er alt merkevare?

Er Leif Johan Sevland en merkevare? Stavanger-regionen? Ryfylke? Viking? Dolly Dimple? Slakter Idsøe? Er alt merkevarer, og hva er poenget med å definere de som det? ■ Side 28-29

14		Oscar-vinner Torill Kove, NRKs filmjournalist Anne Hoff, arkitekt Frank Denis Kristiansen fra Snøhetta, Mary Miller og styret i Stavanger2008, filmregissør og leder for Arts Alliance Thomas Høegh, forsker Petter Brandtzæg fra Sintef, og professor dr. juris Jon Bing - alle disse og mange flere kommer, KOMMER DU?	18	I de neste 20 årene vil kvalifisert arbeidskraft være den viktigste innsatsfaktoren i Norge. Det vil også i den samme perioden være den ressursen det er mest kamp om. For tiden er det spesielt IT-bransjen og ingeniøryrkene i Norge som sliter med å skaffe tilstrekkelig kvalifisert arbeidskraft. AIESEC gjør noe med det.
	Et kafébord med god mat og drikke på, det er et godt bord. Selv om Terje Vallestad påstår han har minst tre skrivebord rundt omkring på kafeene sine, så er det mer slik som i den gamle Marvin Gaye-klassikeren om "wherever I lay my hat, that's where my home is". For Terje Vallestad er det stort sett på Café Sting og Kult.kafeen.	32	En gruppe aktører innen luftfart og sikkerhetsopplæring planlegger et nytt og avansert senter for helikoptertrening på Utsola. Her vil de ha inn simulatorer for flere helikoptertyper, i tillegg til ulike former for sikkerhetstrening. Et område nær flyplassen er allerede avsatt til senterets mange nybygg.	38

Rosenkilden følger redaktørplakaten. Ansvarlig redaktør: Jostein Soland. I redaksjonen: Erik Lindboe, Egil Rugland, Trude Refvem Hembre, Cathrine Gjertsen og Randi Øglænd, Utgivelse/produksjon/layout: Næringsforeningen i Stavanger-regionen. Telefon: 51 51 08 80. Telefaks: 51 51 08 81. E-post: post@stavanger-chamber.no. www.stavanger-chamber.no. Opplag: 14.000. Forsidefoto: Haagen Tangen Eriksen/BITMAP. Årgang: 13. Redaksjonen avsluttet 20. november 2007.

INNHold

KILDEN: GREPET SOM GLAPP	SIDE 4-5	PÅ SKRIVEBORDET TIL	
PROFILEN: HARALD SIG. PEDERSEN	SIDE 6-9	TERJE VALLESTAD	SIDE 32-33
NÆRINGSLIVET OG FACEBOOK	SIDE 12-13	NY I NÆRINGSFORENINGEN:	
KULTURBØRSEN, EN NY ARENA		KONGSBERG INTELLIFIELD	SIDE 34-36
FOR KULTUR OG NÆRING	SIDE 14-15	SKYHØY SATSING	SIDE 38-40
ET GLOBALT STUDENTNETTVERK	SIDE 18-20	EN FRAMTID I TRE DIMENSJONER	SIDE 42-44
BEDRIFTEN I ROSENKILDEN:		WORLD TRADE CENTER	SIDE 47
COMPRENDO	SIDE 22-23	NYTT FRA BRUSSEL	SIDE 49
SLAGKRAFTIGE ERIK	SIDE 24-25	STYRELEDERS SPALTE	SIDE 54
ER ALT OG ALLE BLITT		NYTT OM NAVN	SIDE 55
MERKEVARE NÅ?	SIDE 28-30		

Arbeidskraft og attraktivitet

Aldri tidligere har tilbudet på arbeidsoppgaver vært større i Stavanger-regionen. Aldri har behovet for arbeidskraft vært større. Og derfor har aldri arbeidet med å trekke til seg arbeidskraften vært mer målrettet.

ARBEIDSKRAFTEN

Stavanger-regionen kan tilby 10.000 nye arbeidsplasser. Budskapet er sendt til all verden gjennom målrettede annonsekampanjer i aviser og på fjernsyn. Kom til Stavanger – her vi flyter over av melk og honning. Her vi er Europeisk Kulturhovedstad i 2008 og samtidig skal være vertskap for Bocuse d'Or og europamesterskapet i kokekunst. Med magasinet "The Fjord Coast" har Næringsforeningen sammen med Bergen Næringsråd valgt å omtale vår felles kyst som "Gullkysten". For å få oppmerksomhet. Og for å trekke folk til vår region. Da snakker vi om hele Vestlandet. For utfordringen er felles. Også for landet for øvrig, og – etter hvert – hele Europa.

Over alt viser næringslivet tidenes beste resultateter – selvfølgelig med en rekke unntak. Men trenden er klar: norsk og nordisk økonomi har aldri vært sterkere. Og EU-landene ser etter hvert den veksten komme, som skulle stimuleres med Lisboa-erklæringen i 2000. Lønnsforskjellene i Europa har til nå gjort det rimelig greit å trekke til seg arbeidskraft fra Polen og de baltiske landene. Men gjennom sine EU-medlemskap opplever også de øst-europeiske landene en kraftig vekst. Nettopp i samsvar med EUs målsetting om å utjevne ulikhetene i levekår mellom EU-landene. Derfor vokser bruttonasjonalproduktene i disse landene fortere enn i de eldre EU-landene.

Utviklingen viser at vi ikke kan regne med samme tilgang til arbeidskraft fra andre europeiske land som den vi har i dag. Vi føder for få barn. Færrest føder italienerne, og der vil befolkningstallet snart falle – hvis de ikke åpner for betydelig innvandring. I Norge er vi best ute i Rogaland. Vi må likevel se hvordan vi kan få med en større andel av befolkningen i arbeidsstyrken. Derfor hilser vi nybakte seniorer velkomne i nye arbeidsposisjoner. Og utenlandske studenter som norske traineer.

ATTRAKTIVITETEN

Stavanger med omkringliggende herligheter har lyktes i arbeidet med å gjøre sine hoser grønne for resten av landet, ja, enda til i

utlandet. Annonsekampanjer etter mønster av de som er kjørt ut fra vår region, kommer nå eksempelvis fra Bergen og Fredrikstad med jobbmesser og andre oppfølgingstiltak. Bergen er ikke snauere enn at de nå reserverer vårt felles "Gullkysten" for Hordaland. Like frimodig som da de stjal The Gateway to the Fjords fra Stavanger og gjorde det til sitt varemerke.

Hvis vi ikke sammen med Bergen og Hordaland klarer å opptre som landsdeler i våre bestrebelser om å framstå som Norges tyngste verdiskapingsregion, går det som NHO-direktør Bjørn Stangeland viste til i Haugesunds Avis den 17. oktober d.å.: - Victor Norman uttalte nylig i et foredrag at Oslo-regionen i de nærmeste tiår vil vokse fram som en norsk superregion. Indre Østlandet, Sør-, Midt-, Nord- og Vest-Norge vil alle ha negativ kumulativ nettoflytting hvis det ikke tidsnok tas politiske strukturelle grep.

Kongeriket er ikke tjent med en slik utvikling. Og derfor må vi her på Vestlandet stå sammen i vår kamp mot den sterke sentraliseringen vi i dag ser.

Men utfordringen er tøff. Vestlandet er selve motoren i utviklingen av Velstands-Norge, verdens rikeste land. Vi møter i stadig flere sammenhenger en sentralmakt som vet dette. Men som handler motsatt.

Vår største utfordring er at vi ikke må drukne i egen attraktivitet – her på "Gullkysten". Her lever vi i en natur som er kåret til verdens mest attraktive reisemål, og der levekårene er på topp sammenlignet med resten av landet. Slik at vi framstår som enda sterkere verdiskapere. Er det så urimelig at forsvarssjefen vil flytte ut 2.000 av sine menn og kvinner fra Stavanger? Når vi reklamerer med at vi har 10.000 muligheter – eller ledige stillinger? Har vår profilering slått feil?

Kanskje vi skal få forfatteren av idéutviklingsboken "Slagkraft". Erik Lerdahl, på vår side? Møt ham i denne utgaven av Rosenkilden.



Grepet som glapp...

Til TV Vest: Gratulerer med 10 år på lufta!

Til Stortinget: Kondolerer med de siste 10 års mediepolitikk!



Tekst: Jostein Soland
Tegning: Bjørn Helgøy

GRATULERER

Næringsforeningen tok i 1996 initiativet til stiftelsen av "nye" TV Vest – selskapet uten bindestrek. TV-Vest – selskapet med bindestrek – hadde da gått til skifteretten i 1994. Etter litt av en forhistorie. Her i vår region hadde vi gjort akkurat det TV2-utvalget – ledet av Aftenbladets troika Thor Bjarne Bore, Kaare Haukaas og Borghild Balchen – hadde anbefalt. Rogaland Mediesenter AS (RMS) ble stiftet i 1986 – nesten som et samvirkelag – av vel 40 offentlige og private interessenter. Mediesenteret skulle sikre vår region en sentral posisjon i vårt nye riksdekkende TV2. TV-Vest var "datter" til Mediesenteret og trakk fort til seg medarbeidere som skulle bli "navn" i det norske mediemiljøet. Nye journalist- og medieingeniørstudier kom i gang på Ullandhaug. Stavanger-ordfører Kari Thu ble en av landets "TV2-ordførere" i arbeidet for et regionalisert TV2. Arbeidet resulterte bl.a. i stiftelsen av Norgesnett for TV2 med adresse Ullandhaug. Dit ble også Norske fjernsynsselskapers landsforbund (NFL) flyttet fra Oslo, og dit kom en norsk avdeling av International Television Association (ITVA). Da ble også TV-prisen Gullruten introdusert. Og juryarbeidet ble selvfølgelig ledet fra Ullandhaug.

TV-Vest fikk drive betal-tv til finansiering av egne nyhets- og magasinsendinger. Betal-tv var lukket, mens lokalsendingene var åpne. TV-Vest bidro sterkt til utviklingen av et nytt norsk formidlingssystem og ble et viktig referansepunkt for bruk av dekodere i Europa.

TV-Vests sendinger var nesten som TV Vests i dag. Med like mange seere, men kanskje ikke med samme varme og sjarm. For ikke å snakke om teknologiutviklingen. TV Vest framstår i dag som et lite, teknologisk mesterstykke. TV Vest har klart å føre intensjonene fra 1986 videre, sett nye muligheter – slik at de i dag oppleves som en levende regional tv-kanal.

Gratulerer!

KONDOLERER

Alt stemte for TV-Vest med tanke på de politiske føringene som lå i TV2-utvalgets utredning og stortingsmeldingen om ny mediepolitikk – begge fra 1985.

Men så stemte likevel ingenting... I 1985 hadde både TV2-utvalget og Stortinget varslet en ny mediepolitikk. Målet var styrking av demokratiet og midlet var mangfold. Våre regioner skulle være med på å sette nasjonal dagsorden. Kunst-, kultur- og næringsliv skulle kunne se en ny framtid gjennom en ny mediekanal. Avstanden mellom mennesket og mediene skulle bli kortere enn noen gang. Vår rike avisflora skulle danne forbilde for bildeprodusenter og tv-stasjoner. Den elektroniske framtidsoptimismen

var upåklagelig. Helt til TV2-avgjørelsen ble fattet.

Regionalt hadde en fleipet med at TV2-konsesjonen nok ville komme til å gå til en mesallianse mellom Schibsted og A-presen. Og utrolig nok: slik ble det! Lokaltv-stasjonene med betal-tv måtte etter hvert hente inn sine dyrt kjøpte dekodere. Det ble forbudt å formidle kanaler med reklame gjennom stasjoner som CNN. Reklamemarkedet var forbeholdt TV2, og formidling av reklamefrie TV1000 ble for dyrt. Redaktørene ved lokaltv-stasjonene var dessuten ansvarlige for alt som ble sendt på kanalen TV1000 – som mykporno nattetider, et tilbud som skapte stor furore hos ledelsen på Solborg folkehøgskole. Mens vi andre sov.

Selvfølgelig måtte det gå galt for alt og alle. Skjermingen av TV2 førte til at den ene lokaltv-stasjonen etter den andre måtte tas av luften. Og det holdt på å gå galt for TV2 også. På grunn av departementale reguleringer. Riktignok produserte RMS tv-serien "Tre Kokker", og TV-Vest ble for en tid teststasjonen for TV2s regionale forsøk.

Men: TV2-utvalgets tilrådinger og Stortingets behandling av regjeringens mediemelding ble besluttet og forvaltet til det latterlige. Den mediemakten Stortinget ville desentralisere, er blitt ytterligere sentralisert. Vedtaket om TV2 til Bergen er blitt uthullet. Stort sett alle større tv-produksjoner foregår i det sentrale Oslo-området. Les Nydalen. Og i regi av eiere som også styrer landets aviser og radiokanaler... Var det Stortinget som snakket om regioner, demokrati og dagsordensetting? Kondolerer...

EN TAKK OG EN UTFORDRING

Vi får de politikerne vi fortjener. Og vi får derfor de mediene vi fortjener. Men fellesskapet hadde fortjent litt mindre uforstand enn den vi har opplevd i de siste 20-årenes utøving av mediepolitiske vyer. Derfor en takk til TV Vest. Særlig fordi selskapet kom på beina etter at det store TV2-grepet glapp...

Utfordringen for TV Vest de neste 10 årene må være å bli en tydelig dagsordensetter som tv-stasjon. TV Vest er nå blitt en avdeling av Mediehuset Stavanger Aftenblad – men fortsatt med egen redaksjon. Hvordan kan nå kanalen utøve selvstendig mediemakt til beste for hele regionen? Der en søker og graver i saker som vi knapt nok reflekterer over i vår overdådige velstand. Inntil vi erkjenner at utviklingen ikke går vår vei. Som i mediepolitikken. Der stadig færre snakker mer og mer til flere og flere... Slik at våre mediehus får en stadig sterkere REMA- og RIMI-profil – i Folkedemokratiet Norge.

Jostein Soland

Nybakt senior



Det kommer en dag. Det dumper ned et brev i postkassen med tilbud om abonnement på "Vi over 60". Det dumper ned et brev med tilbud om oppfrisking av kunnskaper om bilkjøring fra Statens vegkontor. Det er da du føler deg gammel. Gjør forhenværende administrerende direktør i Aftenbladet, nå pensjonist eller senior, Harald Sig. Pedersen det? Langt ifra. Han sitter i et kontor i Rosenkildehuset og er travelt opptatt med diverse oppgaver og spansk visekonsultittel som siste oppgave i seniorporteføljen.



Tekst: Egil Rugland
Foto: Haagen Tangen Eriksen/
BITMAP

Det er ikke nei i hans munn da vi telefonisk spør om han er klar for å profileres. Harald Sig, det er vel ingen som kaller ham noe annet, virker like opprømt som om han er på vei til ferieparadiset på Hydra eller skal på sykkelturn til Danmark. Et kort tilbakeblikk. Harald Sig. feiret nyttår 2007 med å gå av som administrerende direktør i Stavanger Aftenblad. Det var vel noen som mente det måtte være fordi han var utslått etter at planlagte Media Norge-fusjonen mellom Aftenbladet, Bergens Tidende, Fædrelandsvennen og Aftenposten foreløpig ble stanset av Medietilsynet, men det kommer vi tilbake til.

Harald Sig. har bakgrunn som siviløkonom fra København i 1970, var innom Vesta-konsernet i Bergen før han ble ass. direktør og økonomisjef i O.C. Østraadt i Sandnes. Fra Sandnes gikk veien sørover til Kvernlands Fabrikker med en karriere på syv år som økonomidirektør og viseadministrerende direktør og i tillegg administrerende direktør for Kvernland i Danmark.

Det er mulig at lengselen etter storbyen ble for stor, men han returnerte til Stavanger og Centralfinans og Rogalandsbanken i 1987 som direktør.

DRID OG LORT

Slutten av 1980-årene og begynnelsen av 1990-årene hører ikke til de minneverdige tider i bankvesenet eller andre vesener i fedrelandet, og Harald Sig. uttrykker det selv på en ganske beskrivende måte om oppholdet i finans på den tiden:

- Det var en tid med bare "drid og lort" og lite cognac.

Det skulle si det meste.

Så over til media og Aftenbladet som viseadministrerende direktør i 1991 og administrerende direktør fra 2002.

- Jeg har vært innom flere forskjellige bransjer, oppsummerer Harald Sig., men det er store fellestrekk selv om mediebransjen skilte seg ut sammenlignet med de andre. Alle selskapene har tung regional betydning og er veletablerte. O. C. Østraadt går tilbake til 1783, Kvernlands Fabrikker til 1875 og Aftenbladet til 1893.

- Historisk forankring gjør noe med bedriftene. Det sitter mye i veggene.

Men det er som vi alle skjønner noe forskjell på å produsere betong, ploger, finanstjenester og å få ut en avis.

ORGANISASJONEN

- En mediebedrift skiller seg ut fordi den organisatorisk er delt i to: redaksjonell og forretningsmessig ledelse.

Administrerende direktør har ansvar for 2/3 av den samlede driften på forretningsområdet, men har ingenting med de resterende 1/3, den redaksjonelle siden. Det er en krevende organisasjon, og

skulle uttrykket mellom børs og katedral være dekkende, må det være i mediebransjen.

- Jeg kom til Aftenbladet i 1991 og 60 % av tiden var aktiviteter i forhold til klubbene. Det skyldtes omstrukturering med nedbemanning som ett tema, som følge av dramatisk fall i annonseinntektene. Det var enormt tidkrevende. Det stilte krav til tålmodighet, og vi måtte forhandle frem løsninger som bedriften og fagforeningene kunne leve med.

Begynnelsen på 1990-årene var ikke på noen måte oppmuntrende for det norske samfunnet, og en av regionens tryggeste arbeidsplasser måtte vurdere nedbemanning.

NEDBEMANNINGER

- Det var første gang Aftenbladet var i en slik situasjon. Her hadde folk vært i en mannsalder, og så var det plutselig snakk om nedbemanning. Det var en sjokk-artet opplevelse for Aftenbladet. Men det er nå en gang slik den "forrekte" verden er, sier Harald Sig.

- På den bakgrunn var det en balansegang for å nå et mål som også fagforeningene kunne leve med. Nå er dagens norske mediehverdag noe annerledes enn i 1991, da NRK var det solide holdepunktet i tilværelsen med Dagsrevyen som trygt ankerfeste, men siden ble vi oversvømt med nye norske kanaler og et vell av utenlandske kanaler formidlet via kabel og satellitt. De reklamefinansierte



- Jeg må innrømme at jeg blir overrasket hvis vi ikke får medhold i klagen vår, sier Harald Sig. Jeg forstår ikke grunnlaget for avslaget. Schibsted har forpliktet seg til å selge seg ned under 33 1/3 %, men så er plutselig begrunnelsen fra Medietilsynet at fusjonen vil få for stor innflytelse på Internett. Det er uforståelig.

mediene bombarderte oss med ny informasjon samtidig som nettet eksploderte.

MEDIA NORGE

Harald Sig. har hatt sitt å stri med som et resultat av den nye mediehverdagen, og fusjonen Media Norge hvori opptatt Aftenbladet, Fædrelandsvennen, Bergens Tidende og Aftenposten, har i de siste par årene preget SA-direktørens oppgaver. Adresseavisen var lenge med på planene, men ble ikke med i siste fase.

Fusjonen fikk i sommer rødt lys fra Medietilsynet med den begrunnelse at Media Norge strider mot medieeierskapsloven som sier at ingen kan eie mer enn 33 1/3 % av det samlede nasjonale avisopplaget. Gjennom Media Norge vil Schibsted-konsernet få 32,7%, men Medietilsynet argumenterer likevel med at deres eierandel er i strid med lovens formål som er å sikre ytringsfriheten.

ANKE

Harald Sig. er fortsatt med i Media Norge for å slutføre en eventuell avtale, og anken fra Media Norge skal behandles i løpet av kort tid i Klagenemnda.

- Jeg må innrømme at jeg blir overrasket hvis vi ikke får medhold i klagen vår, sier Harald Sig. Jeg forstår ikke grunnlaget for avslaget. Schibsted har forpliktet seg til å selge seg ned under 33 1/3 %, men så er plutselig begrunnelsen fra Medietilsynet at fusjonen vil få for stor innfly-

telse på Internett. Det er uforståelig.

- Tiden i Aftenbladet?

SOLID FORANKRING

- Aftenbladet som regional mediebedrift har en solid forankring på sitt område, oppsummerer Harald Sig. Avisen er fortsatt det regionale kraftsenteret i mylderet av gamle og nye medier. Men det har ikke kommet av seg selv. Det har skjedd en utvikling av nye produkter og kanaler. Vi har i dag en digital mediehverdag med avis, radio og TV. Hovedoppgaven nå er å rekruttere inn nye lesere og brukere. Det er en kjensgjerning at unge lesere går på nettet og har et annet leve- og forbruksmønster - og prioriterer annerledes.

- Overgangen til tabloid var vellykket, og det har skjedd en god utvikling av produktet. Det var også en nødvendighet å bli morgenavis for å formidle mediedagen på en annen måte. Distribusjonen har vært et problem. Det er ikke så mange som lenger ser nødvendigheten av å stå opp tidlig for å levere en avis.

DIGITAL UTVIKLING

- På nett har ikke Aftenbladet muligheten til å bygge ut et nasjonalt nettsted. Det er på det digitale området den største gevinsten med Media Norge eventuelt blir. Selv om Aftenbladet, Fædrelandsvennen, Aftenposten og Bergens Tidende alle tjener meget gode penger for tiden,

vil vi gjennom Media Norge få et bedre fundament for kostbare, langsiktige prosjekter. Det blir en felles satsning som gir en bedre kostnadsmessig utvikling for de fire mediehusene.

Nå har altså Harald Sig. sagt farvel til Aftenbladet og god dag til Næringsforeningen i Stavanger-regionen med kontor i Rosenkildehuset.

- Jeg kunne stått til jeg var 62 år, sier Harald Sig., men det er klart at avisen står foran noe mye nytt, også som følge av innflytting i nytt mediehus i 2008. Det betyr et bygg med alle mediekanaler samlet. Jeg kunne ha flyttet inn i nybygget med en organisasjon etter mitt hode. Og når det så vidt var på plass, gikk jeg av. Så kom det inn en person som kanskje ikke delte Haralds Sigs organisasjonstenkning, og dermed skulle det kanskje organiseres på nytt.

Nå tenker i stedet Harald Sig. nytt i sitt lille kontor i Rosenkildehuset som han fikk etter å ha blitt, skal vi si, shanghaiet av Jostein Soland.

PENSJONSKILDEN

Sammen med Asbjørn Kras planlegger duoen gjennom sitt selskap Pensjonskilden et kursprogram om livets tredje fase, blant annet med medvirkning fra NAV, advokater, leger og økonomer, med innholdsmessig søkelys på sysselsetting og beskjeftigelse, helse, økonomi og juridiske spørsmål..



- Livet har tre faser. De første 30 år er det kvalifisering til yrkeskarriere. Den andre fasen 30-60 år er det yrkesliv, og så kan vi regne fra 10 til 30 år igjen av livet alt ettersom. Det er ikke alltid at de rundt 60 har ofret livets tredje fase så mange tanker.

- Livet har tre faser, sier Harald Sig. - De første 30 år er det kvalifisering til yrkeskarriere. Den andre fasen 30-60 år er det yrkesliv, og så kan vi regne fra 10 til 30 år igjen av livet, alt ettersom. Det er ikke alltid at de rundt 60 har ofret livets tredje fase så mange tanker. Det er likevel mange alternativer fra deltidsjobbing til studier. Noen oppdager med forferdelse at man ikke har noen planer når man er ferdig med å male huset, hytta og huset til datteren. Og da er det bare gått seks måneder. Det er forhåpentligvis mange år igjen, vi synes at du skal bruke dem til noe fornuftig. Bruk litt tid til å tenke på det.

STAS

Harald Sig. er også prosjektleder for STAS som står for Stavanger Sentrum AS som skal se på organisering av samarbeid i Stavanger sentrum, Stavanger kommune, Næringsforeningen i Stavanger-regionen, Gårdeierforeningen og BYEN står bak prosjektet.

- Selskapet er under etablering, sier Harald Sig. Hensikten er å se på renhold, tagging, vedlikehold i sentrum. Det skal se på prosjekter som tilgjengelighet, kommunikasjon, informasjon, trygghet, på utsmykking, juleborg og funksjon som festivalkontor. Hvis vi ikke har og videreutvikler et levende sentrum, dør hele regionen.

- Er Stavanger en ren by?

SHABBY

- Stavanger ble faktisk utropt til "best in show" i 2007 av Norsk Sentrumsforum i konkurransen blant norske byer om å ha den fineste blomsterutsmykningen. På den bakgrunn kunne det være ønskelig med en dronningfeiring hvert år med tanke på blomsterprakten. Men det er atskillig å gå på. Vi må få absolutt nulltoleranse for tagging, og vi må forhindre at det gror ugress oppetter forretningsvinder. Byen ser shabby ut på enkelte områder, og det er betenkelig fordi det sier noe om byens image.

Harald Sig. er daglig leder av Næringsrådet i Rogaland, sekretær i styret for Motorveien Sandnes-Stavanger, sekretær for TeknologiForum Rogaland og eneste medlem av finansutvalget i Wigestrands forlag i forbindelse med utgivelsen av byhistorien. Pensjonist? - I det første halvåret i 2007 ble det litt mye med full jobb i Media Norge i tillegg. Da blir det ikke tid til pensjonistferier, humrer Harald Sig.

SENIORENE

Seniorenes status i fedrelandet har ikke vært spesielt høy, men i den senere tid har seniorenne blitt noe mer ettertraktet i annet enn festtaler på julebord.

- Seniorenne er mer etterspurt nå, sier Harald Sig. Men det har nok sammen-

heng med situasjonen i arbeidsmarkedet for tiden. Den store testen får vi når markedet eventuelt snur. Det meste er konjunkturbestemt og en eldre arbeidstaker blir nå vurdert til å være 57, men det betyr at det kan være ti gode år igjen. Folk rundt 60 år er oppegående, stabile og lojale, og de sliter ikke ut blokken for egenmelding.

Hola betyr hei på spansk så vidt vi forstår etter et avskrekkende opphold på Kanariøyene. For Harald Sig. betyr det en smule mer fordi han er blitt spansk visekonsul, og da kan det være greit å habla espanol. Det gjør han via kveldsundervisning på Norsk-spansk kultursenter.

Spørsmålet er om Rosenkildehuset skal døpes om til Konsulenes hus, for der befinner også Leif Hansen som dansk konsul og Jostein Soland som ungarsk seg.

Går det an Jostein?

STAVANGER BYs HISTORIE

SpareBank 1 SR-Bank, SKAGEN Fondene AS og Stavanger2008 inngår som sponsorer og samarbeidspartnere i formidlingsprosjektet STAVANGER BYs HISTORIE. Avtalene sikrer Wigestrands Forlag AS viktige inntekter til det som skal bli Norges mest omfattende byhistoriske formidlingsprosjekt.

Forlaget er svært fornøyd over å ha fått tre viktige regionale aktører med på laget.

SpareBank 1 SR-Bank bidrar med kr. 3.000.000 fra sitt gavefond. – Vi ønsker gjennom vår tildeling å bidra til å vitalisere Stavanger bys historie og gjøre den mer tilgjengelig og tydelig for kommunen og regionens innbyggere.

SKAGEN Fondene AS støtter prosjektet med kr. 2.000.000 kr. Midlene skal bl.a. gå til delprosjektet 'Lokalhistorisk nettressurs', en digital læringsressurs til bruk i grunn- og videregående skole. Administrerende direktør i SKAGEN Fondene AS, Harald Espedal, poengterer: – Vi vil at flest mulig av byens innbyggere skal få oppleve verdien av et byhistorisk verk og vil utvide prosjektet utover det som allerede er avtalt mellom Stavanger Kommune og Wigestrands Forlag AS.

Stavanger2008 yter et tilskudd på kr. 2.000.000 til samarbeidet om de to delprosjektene 'Lokalhistorisk nettressurs' og 'Folks fortellinger'. – Det er spesielt viktig for Stavanger2008 å bidra til samarbeid mellom organisasjoner og bedrifter som har fokus på kommunikasjon og som deler informasjon, meninger, kreativitet og ideer, spesielt for fremtiden.



STAVANGER BYs HISTORIE.

DET STAVANGERSKE KAFFESELKAP AS

Johs. Lunde Invest AS kjøper 50 % av Det Stavangerske Kaffeselskap AS.

Stavangermannen Kim Rurik Hart etablerte Det Stavangerske Kaffeselskap AS i 1990. Selskapets forretningsidé er å selge/ leie ut kaffemaskiner til små og store arbeidsplasser – innen industri, næringsliv, HORECA og offentlige etater. Dette var en ny tanke i lokalmarkedet, og DSK oppnådde gode resultater allerede første driftsåret. Etter hvert er flere andre aktører kommet på banen, men DSK har hele tiden beholdt posisjonen som markedsleder.

Nå er 50 % av aksjene i Det Stavangerske Kaffeselskap solgt til Johs. Lunde Invest AS. "Inntreden vil utvilsomt styrke selskapet," sier Kim Hart. "Vi får nyttige impulser utenfra, vi kan bygge opp og styrke selskapet på landsbasis – og rent fysisk skal vi flytte inn i nye, større lokaler som Johs. Lunde Gruppen råder over."

Daglig leder Johannes Lunde i Johs. Lunde Invest sier: "Vi har merket oss Kim Hart og utviklingen til DSK i den senere tid. Selskapet driver innenfor en spennende og sterkt voksende bransje – hvor Hart er en av dem som har gått i bresjen i en rekke år. Selskapet har vist gode resultater, og vi er av den oppfatning at med vår inntreden skal denne trenden forsterkes – og utvides til nye områder i landet hvor vi i dag allerede er representert med andre selskaper i Johs. Lunde Gruppen."



DET STAVANGERSKE KAFFESELKAP AS.

MENTORPROGRAM



Vår visjon i Mentorprogrammet er å "utvikle kompetente, ansvarlige og samfunnsbevisste ledere for fremtiden"

I samarbeid med Ungt Entreprenørskap tilbyr JCI Sandnes via Mentorprogrammet kurs og coaching til elever som har startet ungdomsbedrift på videregående skole. Elevene får kurs i forretningsplan, salg, tale og presentasjonsteknikk og andre temaer som kommer til nytte i ungdomsbedriften. I tillegg til kursene får hver av elevene en veileder (mentor) som har lang erfaring fra næringslivet. Mentorene tilbys også kurs i det å være mentor.

Hensikten med Mentorprogrammet er å koble sammen det etablerte næringsliv med det nye, samt å stimulere ungdommens interesse for nyskaping. Mentorene ser at de selv kan lære mye av å hjelpe unge, kreative elever som er på veg ut i næringslivet om noen få år. I år som i fjor, har næringslivet i distriktet stilt velvillig opp, både som mentorer og sponsorer/kursholdere. 1. kurs for mentorene ble avholdt 18. oktober på Quality Hotel Residence, Sandnes hvor Nina Othilie Høiland, næringsjef i Sandnes Kommune foretok den offisielle åpningen. Høiland stiller også opp som mentor, sammen med andre profilerte næringslivspersoner i Rogaland.

MENTORPROGRAMMET

WWW.KLM.NO/BLUEBIZ

“Gode kunder er ikke alltid store,
de bare flyr ofte.”

BlueBiz – et lojalitetsprogram for små og mellomstore bedrifter.



Våre kunder får personlig bonus gjennom Flying Blue og for de store bedriftene blir reisene ekstra fordelaktige gjennom ulike avtaler. Nå er turen kommet til de små og mellomstore bedriftene.

BlueBiz er enkelt: 1. Bli medlem. 2. Bestill og reis. 3. Samle

Blue Credits! Den reisende får sine Blue Miles som vanlig og samler i tillegg Blue Credits til bedriften. Blue Credits kan byttes inn i billetter.

The Reliable Airline



Kan næringslivet utnytte Facebook og web 2.0?

Et paradigmeskifte - nettsamfunn og web 2.0 har fått mye negativ oppmerksomhet i mediene siste året. Mobbing og personlig informasjon på avveier har fått mye av skylden. Til tross for dette har Facebook i dag 721.000 aktive brukere i Norge og over 50 millioner på verdensbasis. I følge Alex.com, som måler populariteten til nettsider over hele verden, er Facebook den mest populære siden i Norge, etterfulgt av Google.



Tekst: Petter Bae Brandtzæg, forsker og Ph. d-stipendiat ved SINTEF og Institutt for medier og kommunikasjon ved Universitet i Oslo

Oppblomstringen av nettsamfunn som Facebook, MySpace, Nettby, LinkedIn og Underskog representerer det største teknologiske paradigmeskifte siden internettets fremkomst. Internett kan ses i lys av fire faser. 1) informasjonsfasen, 2) søkefasen, 3) skape og delefasen og nå 4) sosialiseringfasen.

DE OVER 35 INNTAR FACEBOOK

I nettets sosialiseringsfase kan man inngå i sosiale nettverk som nettsamfunn. I nettsamfunn kan en opprette en egen brukerprofil, samt skape og dele innhold med andre gjennom aktiv brukerdelta-

gelse. Det unike ved Facebook er at det appellerer til et bredere lag av Internettbrukere, mens tradisjonelle norske nettsamfunn som Biip og Blink henvender seg til ungdommen. Nettsamfunn har lenge vært en tenåringsgreie, men på Facebook er det voksne som dominerer. Ifølge Come Score Media er det de mellom 35 og 55 år som nå dominerer på Facebook.

KJØPESENTER PÅ NETTET

Framveksten av de voksne nettsamfunnsbrukeren skyldes Facebooks ryddige og brukervennlige design, i tillegg til Facebooks ikke-anonyme linje: Brukere opptrer med fullt navn og ikke såkalte "nicks", som er normen i de fleste virtuelle samfunn. Muligheten for sporing av reelle identiteter forenkler den sosiale prosessen i Facebook. Dette gjør det

enkelt å organisere nettverk og å identifisere nye og gamle kjente. Fullt navn inn gir tillit brukerne i mellom.

Et annen årsak til populariteten, er at nettsamfunn som Facebook på mange måter er internettets kjøpesenter. Dette er steder som har ulike funksjoner og tjenester på et sted, du kan handle, blogge, se på TV, ha eposten din her også videre. Nettsamfunn binder derfor sammen ulike medier og funksjoner i en og samme løsning, og gjør nettlivet lettvinnt. Brukere slipper å virre rundt på Internett for å lete opp ting, fordi de nå har ulike tjenester og funksjoner tilgjengelig i nettsamfunnet.

Sist men ikke minst, skyldes den enorme økningen av nettsamfunnsbrukere det faktum at en i Norge har god tilgang til Internett og bredbånd. De digitale ferdighetene er også blitt avanserte i store deler av befolkningen. Sosial sam-



handling og innholdsdeling på nettet er derfor blitt en naturlig del av kommunikasjonsmønstre til flere og flere. Mange har i tillegg tilegnet seg nye måter å skaffe informasjon på.

VIKTIG SAMFUNNSARENA

I følge SINTEF i mars i år er omtrent 1 million nordmenn innom et nettsamfunn flere ganger i uken eller daglig, og majo-

riteten er med i to eller flere nettsamfunn. Dette gjør de virtuelle miljøene til betydelige samfunnsarenaer. Bruken er ikke lenger "bare" sosial interaksjon mellom tenåringer. Voksenlivets gjøremål har inntatt nettsamfunnene, og da særlig på Facebook og i det 3D animerte nettsamfunnet SecondLife. Bruken har begynt å dreie seg om politikk, utdanning, business, innholdsproduksjon, innholdsdeling

og nettverksbygging. Tidligere i år opprettet svenskene en ambassade i SecondLife. I det amerikanske eide SecondLife finnes store multinasjonale selskap som Toyota, Nissan, IBM, BBC, Adidas, Reebok og Intel, samt flere anerkjente universiteter. Nyhetsbyrået Reuters er også på plass med en egen SecondLife-avdeling.

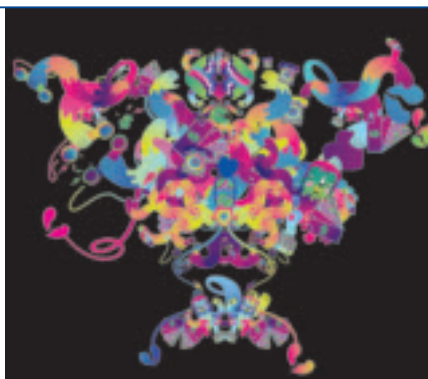
På Facebook har betydelige aktører som NRK, Hennes & Mauritz og Ernst & Young etablert seg. Disse ønsker å styrke merkevaren ytterligere gjennom å etablere nære kunderelasjoner og øke dialogen med brukerne på Facebook. Nettsamfunnene preges av aktiv brukerdeltagelse og engasjement. Engasjementet rundt produkter og tjenester er derfor en sterk drivkraft hos kommersielle interesser.

FRA ENVEISKOMMUNIKASJON TIL DIALOG

Det ligger et enormt informasjonspotensial for norske bedrifter i å ta skrittet vekk fra tradisjonell enveiskommunikasjon, ved å utnytte dagens aktive brukerdeltagelse og deling av informasjon på nettet. Et annet sentralt moment er at det er viktig å møte brukerne der de faktisk er. NRK, Hennes & Mauritz og Ernst & Young har forstått det. Om flere norske bedrifter tør å nyttiggjøre seg av nye virtuelle samfunnsarenaer som Facebook, kan dette gi nye og spennende muligheter for næringslivets kontakt med befolkningen i framtiden

Kulturbørsen - ny møteplass for kultur og næring

Petter Bæ Brandtzæg er forsker og Ph. d-stipendiat ved SINTEF og Institutt for medier og kommunikasjon ved Universitet i Oslo. Han er en av foredragsholderne på konferansen Kulturbørsen. Kulturbørsen er en ny møteplass for kultur og næring, der man kan treffes for å utveksle kompetanse, knytte kontakter og gjøre avtaler om ulike former for samarbeid. Kulturbørsen skal også fungere som en handelsplass. Her kan du kjøpe og selge, hører foredrag og diskutere, besøke stands og oppleve flotte kulturinnslag. Mer informasjon om Kulturbørsen på s 14-15.



KULTURBØRSEN



Kulturbørsen

Hvordan bli bedre - sammen?

Oscar-vinner Torill Kove og NRKs filmjournalist Anne Hoff, arkitekt Frank Denis Kristiansen fra Snøhetta, Mary Miller og styret i Stavanger2008, filmregissør og leder for Arts Alliance Thomas Høegh og forsker Petter Brandtzæg fra SINTEF, forretningsutvikler Kjell Martin Holen fra Telenor og professor dr. juris Jon Bing, digital kunstner Trine Wester, Io Lab og Greenland Group - alle disse og mange flere kommer, KOMMER DU.....?



Tekst: Aase Tendenes og Randi Øglænd
Illustrasjon: Elefantart

Næringsforeningen og Ressursgruppen for kultur og næring har gleden av å invitere til første arrangement i regi av prosjektet Kulturbørsen.

Vi innreder en stor lagerhall i Skanemkomplekset i Storhaug bydel (tidligere Østre bydel) til en spennende møteplass for kultur og næring. Hallen

består av en børss-sal, en børss-hall og en børss-katedral - godt tilrettelagt for business, kompetansedeling og debatt. Børsen skal også gi unike opplevelser gjennom mat, underholdning og faglig påfyll.

Deltakerne vil dele gode opplevelser, og verdier skapes ofte gjennom nye kontakter og kanskje nye, varige samarbeidsavtaler. Dette blir en opplevelsereise i landskapet mellom kultur og næring.

HVEM ER MÅLGRUPPEN?

Alle som ønsker å fortelle gode historier

om seg selv, på unike måter - ved hjelp av nye virkemidler. Dere som jobber med foretningsutvikling, markedsføring og produktutvikling vil få nyttige innspill. Og alle som driver med kreative prosesser vil kunne knytte kontakter med deltakere som vil ha behov for deres tjenester og evne til kreative løsninger - og selv få nyttig kunnskap om nye formidlingsformer.

HVORFOR BØR MITT FIRMA DELTA?

Alle virksomheter har behov for nytenking og å bli kjent med kreative næringer som ikke er redd for å ta sjanser i nyutvikling

av produkter og systemer, og i måter å presentere disse på. På Kulturbørsen blir dere også kjent med en ny og utradisjonell møteplass mellom kultur og næring, og får tilgang til en ny arena for nettverksbygging og shopping av ideer og tjenester.

På Kulturbørsen vil dere bl.a. bli presentert for film, nye digitale virkemidler og formidlingskanaler, forskningsprosjekt, kunst, arkitektur og kjøp og salg av kunstprodukter og kreative tjenester, for bare å nevne noe.

MINGLINGEN

Kultur og næring vil ut fra sine særpreg og interesser selv søke "partnere" for nettverksbygging. Bruk gjerne deltakerlisten til å finne interessante partnere.

INVESTERINGER

En BØRS er normalt et sted hvor en kjøper og selger. Første børsen har som hovedmål at deltakerne skal møtes for å bli kjent med hverandre, og dele kunnskap til felles beste. Kulturbørsen skal også videreføre og ta vare på alt det positive som blir presentert under Stavanger2008, og det er meningen at partene skal inngå avtaler om videre samarbeid med hverandre, et samarbeid som vil kunne resultere i økt verdiskaping for alle parter.

SPESIALPRIS FOR KULTUREN

Alle som arbeider innen de kreative yrkene - kunstnere, musikere, forfattere, filmprodusenter mm, kan delta til redusert pris. I tillegg har Stavanger kommune ved kulturavdelingen stilt noen

midler til disposisjon som gjør det mulig å søke om å få tilskud.

Program

Onsdag 5. desember

- 13.30 Registrering, enkel servering, utstillinger - digital kunst/ forskning/ filmer
- 14.00 Velkommen ved børskommissær Jostein Soland og børsdirektør Hanne Tømte.
Hilsen ved ordfører i Stavanger Leif Johan Sevland og direktør i Stavanger2008 Mary Miller
Børsåpning ved filminvestor og næringslivsleder Tor Dagfinn Veen

Klipp fra filmen "Mannen som elsket Yngve"
Musikalsk innslag ved Modan Garu, Tore Renberg band

- 14.40 Kunst og arkitektur - Watercolors i Sandnes ved Frank Denis Kristiansen, Snøhetta Arkitekter
- 15.20 Utstillinger, nettverksbygging, møter, kjøp og salg av prosjekter, forfriskninger
- 15.50 Anne Hoff fra NRK intervjuer Torill Kove, Oscar-vinner for beste animasjonsfilm 2006
- 16.20 Utstillinger, nettverksbygging, møter, kjøp og salg av prosjekter, forfriskninger
- 17.20 Film på scenen ved Thomas Høegh, kunstner og daglig leder Arts Alliance
- 18.00 Forfriskninger
- 18.15 Samarbeidspartnere søkes - presentasjon av ulike prospekter fra kultur og næring
- 19.15 Utstillinger, nettverksbygging, møter, kjøp og salg av prosjekter, forfriskninger
- 20.00 Minglemiddag med smak av lokale råvarer
Musikalsk performance: Pål Jackman, Morten Mølster med flere. Kveldens DJ Lotte Hovda
- 24.00 Børsen stenger

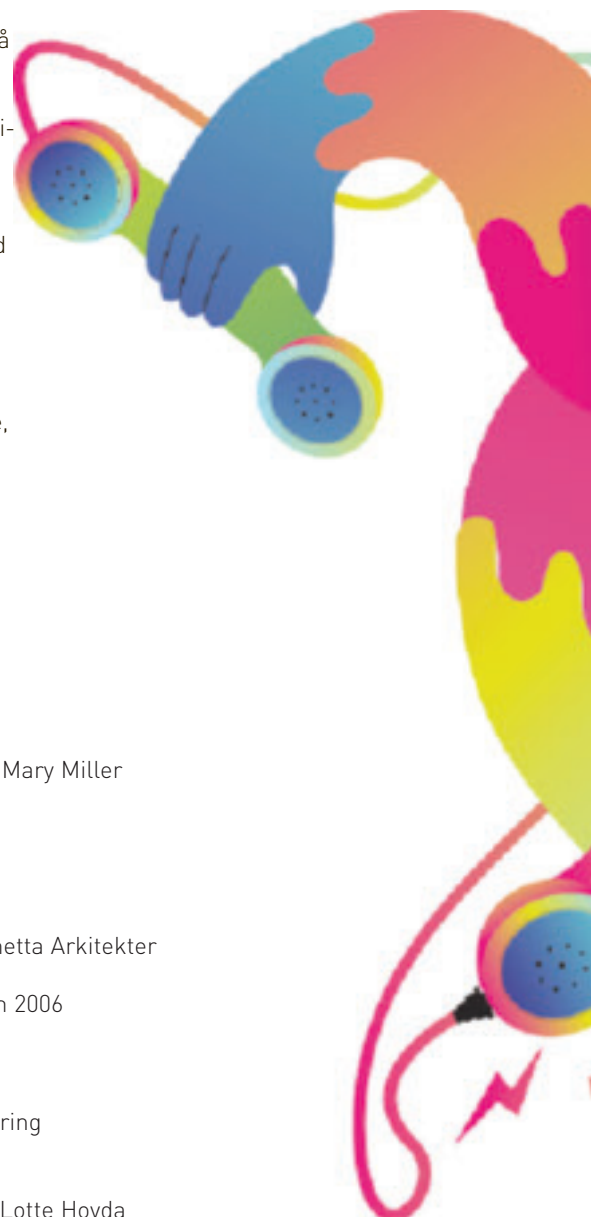
Torsdag 6. desember

- 08.30 Utstillinger, nettverksbygging, møter, kjøp og salg av prosjekter, forfriskninger

Digitale dager - parallelle foredrag: Grenland Group, Funcom, Agens - BI Auditorium

- 09.00 Salg av kulturelt innslag
- 09.10 Trender innen telekommunikasjon ved forretningsutvikler Kjell Martin Holen, Telenor
- 09.40 Kjøpere søkes - salg av kulturelt innslag. Forfriskninger
- 10.00 Nettsamfunn og Web 2.0. Nye former for samarbeid og verdiskaping ved forsker Petter Brandtzæg, SINTEF
- 10.40 Utstillinger, nettverksbygging, møter, kjøp og salg av prosjekter, forfriskninger
- 11.40 Utvikling av film- og den audiovisuelle næringen i Rogaland ved daglig leder Sjur Paulsen, Filmkraft Rogaland
- 12.20 Framtidsperspektiv ved professor Jon Bing, UiO
- 13.05 Oppsummering ved børskommissær og børsdirektør
- 13.15 Lunsj
- 14.00 Børsen stenger

For program og påmelding - se www.kulturborsen.no eller ring oss på 51 51 08 80 for mer informasjon.



Møter i Næringsforeningen desember 2007

TIRSDAG 4. DESEMBER

Kompetansesikring

Seminar

Rosenkildehuset Kl. 1200-1500

- Hva gjør du for å sørge for at kunnskap ikke forsvinner ut med ansatte?
- Hvordan tilrettelegger du for læring og deling av kunnskap til beste for bedriften og ansatte?

Presentasjon av beste praksis innen å anskaffe, utvikle, beholde og dele kompetanse.

Foredragsholdere

Bjørge Kaspersen, prosjektleder kompetansesikringsprosjektet m.fl.

ONSDAG 5. DESEMBER OG TORSDAG 6. DESEMBER

Kultur og næring, hvordan bli bedre - sammen?

Konferanse

Bi/Skanemkvartalet

Ons. Kl. 1400 - tors. Kl. 0830

Næringsforeningen og resursgruppen for kultur og næring har gleden av å invitere til første arrangement i regi av prosjektet Kulturbørsen. Vi innreder en stor lagerhall i Skanem komplekset i Østrebydel til en spennende møteplass for kultur og næring. Hallen består av en børs-sal, en børs-hall og en børs-katedral - godt tilrettelagt for business, kompetansedeling og debatt. Børsen skal også gi unike opplevelser gjennom mat, underholdning og faglig påfyll. Deltakerne vil dele gode opplevelser,

og verdier skapes ofte gjennom nye kontakter og kanskje nye, varige samarbeidsavtaler. Dette blir en opplevelsesreise i landskapet mellom kultur og næring.

Noen foredragsholdere

Oskar vinner Torill Kove, NRK's filmjournalist Anne Hoff, arkitekt Frank Denis Kristiansen fra Snøhetta, Mary Miller og styret i 2008, filmregissør og leder for Arts Alliance Thomas Høegh, forsker Petter Brandtzæg fra Sintef, forretningsutvikler Kjell Martin Holen fra Telenor, professor dr. juris Jon Bing, digital kunstner Trine Wester, Io Lab og Greenland Group m.fl.

ONSDAG 12. DESEMBER

Stress og utbrenthet i prestasjonskulturer

Seminar

Rosenkildehuset Kl. 1130-1530

En virksomhets ressurser består ikke i "de gode hodene", men i organiseringen av de gode hodene.

- Prosjekt som arbeidsform - fryd eller forferdelse
- Kan man dø av stress og omstillinger? - En rådmann kan ikke være rådløs: Å organisere med stramme ressurser.
- Helse - en trend eller et strategisk veivalg for en framgangsrisk bedrift/kommune/organisasjon?
- Stresshåndtering - ansvar og muligheter for deg og meg. Redskap og veier til helsekompetanse

Foredragsholdere

Håkon Brydøy, seniorpartner Håkon Brydøy Acona CMG AS og høyskolelektor Handelshøyskolen BI, Mari Rege, forsker og førsteamanuensis UIS, Trond Nerdal, rådmann Sola kommune, Per Gårdsell, docent og tidl. sjefsoverlege, Birthe Juhl Evertsén, kommunikolog og konsulent Kreativ Kommunikasjon

TORSDAG 13. DESEMBER

"Gorillamarkedsføring"

Kveldsseminar

Jæren Hotell, Bryne Kl. 1800-2100

Hvordan markedsføre sin virksomhet uten at det koster for mye. Alternative virkemidler til tradisjonell annonsering. Utgangspunkt for presentasjon av ACsenteret er at de har brukt en del energi på å bli synlige i markedet, og synes selv vi har lyktes med det. Omsetning økte fra 3,9 mill i 2005 til 37,5 mill i 2006, og fra 2 til 6 ansatte på 6 mnd. Det var selvsagt flere utløsende faktorer for denne økningen. For 2007 forventes ikke en så ekstrem økning, men de estimerer å ikke havne langt fra dette. Selskapet driver med salg og service på varmepumper/air condition til privat og næringsbygg. Kundegruppen er 3 kategorier, store kunder som Elkjøp og Norsk Familieøkonomi, forhandlere over det ganske land samt sluttbrukere både private og næring.

Foredragsholdere

Morten Helliesen, Compartner AS, presentasjon av ACsenteret v/ Tor Audun Rusdal



HMS-faglig forum

HMS - dagen 08

Quality Airport Hotel Stavanger - Sola
Tirsdag 29. januar 2008 kl 0900 - 1500

"Aldri God Alene"

Foredrag ved Dag Erik Pedersen

Dag Erik Pedersen er programleder i NRK og har ledet TV aksjonen to ganger, flere OL og VM sendinger og blitt kåret til årets programleder 3 ganger. Han har også en spennende yrkesbakgrunn som profesjonell sykkelrytter.

Vi gjentar suksessen fra ifjor!

Påmelding/informasjon:
rogaland@hms-fagligforum.no
www.hms-fagligforum.no

Annonser er støttet av:

Totalentreprenør
LOTHE BYGG
FUNKSJONELT RASJONELT ENKELT

ØNSKER DIN BEDRIFT Å FLYTTE TIL HINNA PARK I JUNI 2008?



ensign reklamebyrå

1. Stadionbygg C

5.500 kvm klar til innflytting juni 2008.
Parkering i underetasje
Arkitekt: Link Signatur

2. Kanalpiren

15.300 kvm langs kanalen
Parkering i underetasje
Klar til innflytting 3. kv. 2009
Arkitekt: Lund Hagem



Første mulighet for nye kontorlokaler er nå! Neste mulighet er om ca. 2 år i Kanalpiren, som vi akkurat har begynt byggingen av.

Like ved Viking Stadion stiger det femte og siste kontortårnet opp. Tre næringsbygg på stadiontomten har vært i drift en god stund allerede. Det fjerde er fullt utleid, og har innflytting i de kommende uker. Flere enn tredve selskaper har valgt å etablere seg hos oss de siste to årene, nå håper vi at dere vil gjøre det samme. Stadionbygg C har syv etasjer, og fire av disse er fortsatt ledig for utleie, med innflytting om bare noen måneder. Vi synes at Hinna Park er regionens mest spennende område. Vi tilbyr både dagens og fremtidens teknologiske løsninger, høyverdig arkitektur, jernbanestopp like ved, handlesenter, treningssenter, kurs- og konferansefasiliteter som nærmeste nabo. Trenger dere noe mer?

www.hinna-park.no

Hinna Park as, Jåttåvågen 10, 4020 Stavanger Telefon 51 95 73 00



HINNA PARK

Et globalt studentnettverk

I de neste 20 årene vil kvalifisert arbeidskraft, talenter, være den viktigste innsatsfaktoren i Norge. Det vil også i den samme perioden være den ressursen det er mest kamp om. For tiden er det spesielt IT-bransjen og ingeniørrykene i Norge som sliter med å skaffe tilstrekkelig, kvalifisert arbeidskraft. AIESEC gjør noe med dette.

Tekst: Redaksjonen

Foto: Haagen Tangen Eriksen/BITMAP

AIESEC ble etablert i 1948 for å bygge broer mellom nasjoner etter 2. verdenskrig. I dag har organisasjon vokst til å bli verdens største studentorganisasjon med et globalt nettverk bestående av 25 000 studenter fra over 1100 universiteter og 100 land. AIESEC er nå etablert ved Universitetet i Stavanger.

– AIESEC ble etablert på UiS høsten 2006, sier president Marie Angelsen som går på Økonomi- og informatikkstudiet.

– Vi ser et kjempepotensial i Stavanger-regionen spesielt fordi arbeidsmarkedet er stramt, og det er stor etterspørsel etter relevant arbeidskraft i en rekke industrier. I Norge er AIESEC også etablert i Oslo, Bergen og Trondheim. Totalt har AIESEC 175 medlemmer i Norge.

HVA AIESEC GJØR

–AIESEC er på mange måter bindeleddet mellom internasjonale studenter og bedrifter i Norge, sier bedriftsansvarlig Cecilie Ørland som går på Revisjonsstudiet.

AIESEC har fokus på lederutvikling av sine medlemmer. Dette skjer gjennom å ta lederverv på lokalt, nasjonalt og internasjonalt nivå. Vi tilbyr våre medlemmer 350 konferanser årlig rundt omkring i verden. Hvert år tilbyr AIESEC sine medlemmer 5000 jobbutvekslingsmuligheter gjennom sitt globale internship-program.

– Gjennom det globale nettverket til AIESEC har vi muligheter til å tilby kandidater som innehar de kvalifikasjoner bedrifter har et behov for, sier Cecilie Ørland.

– Internship-programmet er en god anledning for bedrifter å hente inn relevant internasjonal kunnskap som kan styrke utviklingen og ekspansjonen i de enkelte bedriftene, sier Angelsen. – Det er også et virkemiddel til å styrke det

flerkulturelle miljøet i bedriftene hvor studentene tilfører innovasjon og kreativitet.

KVALITETSSIKRING

Gjennom AIESEC kan bedrifter lete etter skreddersydde kandidater.

–AIESEC kan legge forholdene til rette for motiverte studenter som ønsker å lære av en internasjonal jobberfaring, sier Ørland. – Vi kan på bakgrunn av bedrifters jobb-beskrivelse utføre matchende profiler. Våre studenter går gjennom flere prøver og omfattende intervjuer før de blir tatt opp i organisasjonen. Dette fordi det er viktig for oss å kvalitetssikre at studentene har de rette kvalifikasjonene. Vi legger til grunn for utvelgelsen blant annet testing av studentens språkferdigheter og personlige egenskaper. Prosessen sikrer at kandidatene er hva de sier de er, og har et genuint ønske om å lære fra en internasjonal erfaring. Vi ordner også alle de praktiske detaljene som for eksempel boplass og visum.



Styret i AIESEC fra venstre: Marcin Pikula, Marie Angelsen, Barbro Ramstad, Cecilie Ørland

Bedriftene bestemmer selv varigheten av oppholdet til studentene fra 2 til 18 måneder. Men i spesielle tilfeller kan det i ettertid også føre til ansettelse i bedriftene.

Etter nyttår skal AIESEC på UiS starte ny rekrutteringskampanje for å få tak i flere studenter som kan tenke seg å bidra i den videre oppbyggingen av organisasjonen.

- Studenter får derved muligheten til å få praktisk erfaring i organisasjonsledelse og jobbe i team. Gjennom AIESEC-prosjekter får studenter muligheten til å utvikle presentasjonsteknikk og bygge vennskap på tvers av kulturer og studieretninger.

Styret i AIESEC UiS består av Marie Angelsen (President), Cecilie Ørland (Bedriftsansvarlig), Marcin Pikula (Intern

ansvarlig) og Barbro Ramstad (Rekrutteringsansvarlig). Ytterligere informasjon om AIESEC kan fås ved henvendelse på mail adresse: cecilie_orland@hotmail.com

SAGT OM AIESEC



"For eit lite land som Noreg er organisasjonar som AIESEC utruleg viktige. Den internasjonale erfaringa norske studentar får gjennom AIESEC er heilt nødvendig for at me skal ha eit spenstig og utadretta næringsliv. Eg hadde tre fantastiske år i AIESEC som har vore til nytte og inspirasjon i alle jobbar eg har hatt."

Arne Hjeltne (tidligere medlem i det nasjonale styret til AIESEC Norway)



"Muligheten til å arbeide i andre land er en viktig del av et ungt menneskes utdanning og personlige utvikling. I de vanskelige tider som vi lever i er det viktig på alle måter å fremme norsk næringslivs internasjonale konkurransevne. Det arbeidet som AIESEC-organisasjonen gjør er derfor viktigere enn før og fortjener full støtte."

Jannik Lindbæk, tidligere styreleder i Statoil ASA, (tidligere AIESEC-er)



"Opera Softwares hovedkontor er lokalisert i Oslo, men markedet vårt strekker seg over hele kloden. Opera er en internasjonal bedrift med ansatte fra mange forskjellige land. Studentene fra AIESEC er en særdeles viktig del av organisasjonen. For en utviklingsbedrift som Opera må vi alltid tenke nytt. AIESEC-studentene som jobber hos oss styrker ikke bare organisasjonen som helhet ved sin kunnskap om andre språk og kulturer, men vi blir daglig utfordret til å tenke nytt ved at dyktige, unge studenter kommer inn og har ideer om hvordan vi kan gjøre ting bedre."

Jon S. von Tetzchner, CEO og med-grunnlegger av Opera Software ASA



"AIESEC gir norsk næringsliv en interessant mulighet og faglig utfordring. Derfor håper jeg virkelig at bedrifter benytter seg av AIESECs tilbud. På denne måten får norske studenter verdifull praksis i utlandet. Jeg var forresten selv på AIESEC-jobb i min studietid"

Gerhard Heiberg, medlem av den Internationale Olympiske Komite (Tidligere AIESEC-er)



"AIESEC has contributed to this development by serving as an agent of positive change through education and cultural exchange. In an era of globalisation, your programmes have helped young people around the world to develop a broader understanding of cultural, socio-economic and business-management issues."

Kofi Annan, generalsekretær FN

Renhold slik du vil ha det!



Renhold & Konsultentservice AS tilbyr stabil arbeidskraft med engasjerte medarbeidere. Vi har et klart mål om å levere renholdstjenester med høy servicegrad. Våre oppdragsgivere skal oppleve forventet kvalitet – og vel så det – til riktig pris.



Kvalabergveien 21, 4016 Stavanger.
Telefon 51 90 50 00. Telefaks 51 90 50 09.
E-post: post@renkons.no
www.renkons.no



Gull til Tom Victor Gausdal i Global Chef Challenge



Det ble nylig avholdt semifinale for Nord-Europa i Global Chef Challenge, og Tom Victor Gausdal fra Norge tok førsteplassen. Han blir derved den som representerer Norge og Nord-Europa i finalen i Dubai i mai 2008. Global Chef Challenge er WACS (Word Association of Cook Society) sin individuelle kokke konkurranse. Under semifinalen var det 12 kandidater, og dette var dermed den av åtte semifinaler med flest deltakere.

LAND OG RESULTATER

- 1.plass Norge, Tom Victor Gausdal
2. plass Sverige, Carina Brydning
3. plass, Skottland, Pamela Fowles

Følgende land var representert i konkurransen: Norge, Sverige, Danmark, Island, Finland, Skottland, Wales, Storbritannia, Irland, Estland, Latvia og Russland.

Stipendier i forbindelse med Paul Schaltenbrands legat

Er du kokk med fagbrev og er du en aktiv utøver av kokkefaget med et spennende prosjekt, da kan du

søke om stipendmidler.

Norges Kokkemesteres Landsforening vedtok på sitt Landsmøte i 1975 å opprette et legat som skulle bære navnet "Paul Schaltenbrands Legat". Stipendiene som



gis skal brukes til studier innen kokkefaget, og de skal være klart faglig rettet med særlig vekt på den praktiske delen av faget. De som søker stipend

må være kokker med fagbrev, som er aktive utøvere av kokkefaget. De som har søkt og fått stipendmidler tidligere år har vært enkeltpersoner eller grupper med gode prosjekter.

Søknadsfrist for 2008 er 15. desember 2007.

"Årets Norske Måltid" gikk for 50.000 under auksjonen til årets TV-aksjon "Sammen for barna".



I forbindelse med årets TV-aksjon "Sammen for barna" ga prosjektet **Det Norske Måltidet** følgende gave: Eyvind Hellstrøm fra restaurant Bagatelle, Oslo skal tilberede ÅRETS MÅLTID 2007 for 10 personer på et valgfritt sted og tidspunkt i Norge innen utgangen av april 2008. Utropsprisen endte på hele kr. 50.000, som gik uavkortet til innsamlingsaksjonen. Vinner av "Årets Måltid 2007" ble Highland Hotell på Geilo. Vi gratulerer!

Årets Måltid 2007 var en markering på oppstarten til prosjektet "Det Norske Måltidet" som i løpet av 2008 skal arrangere konkurranser over hele Norge for å finne de beste lokale råvarene. Disse lokale konkurransene skal ende opp i en nasjonal kåring av årets beste Norske råvarer, som igjen skal brukes under Årets Måltid 2008.

"Det Norske Måltidet" skal sette fokus på Norges beste råvarer fra de enkelte regioner. Målet er å synliggjøre lokale og regionale råvarer og derigjennom styrke primærnæringene og foredlingsbedriftene innen matproduksjon. Etterspørselen etter lokal og regional mat er den sterkeste voksende forbrukertrend!

Næringsforeningen i Stavanger-regionen er initiativtaker og eier av prosjektet. Næringsforeningen har engasjert Stiftelsen Gastronomisk Institutt og daglig leder Harald Osa til å lede prosjektet.

"Det Norske Måltidet" er støttet av Mat- og Landbruksdepartementet og av Kyst- og Fiskeridepartementet. DnB NOR har gått inn som hovedsponsor av prosjektet.

Comprendo – når språket teller

Næringslivet er ikke klar over hvor mye godt språk kan telle på bunnlinjen. En rapport fra Nasjonalt senter for fremmedspråk ved Høgskolen i Østfold viser at nordmenn har problemer både faglig og sosialt i møte med internasjonale kontakter. Det ender med at mange avtaler går i vasken på grunn av språkproblemer.



Tekst: Trude Refvem Hembre
Foto: Markus Johanessen/
BITMAP

Også EU-kommisjonen har gjort en undersøkelse i år om språkkunnskaper i næringslivet. 195 av 2.000 selskaper som var med i undersøkelsen hevder de har mistet kontrakter verdt opptil 25 millioner euro på grunn av dårlige språkkunnskaper. Det tilsvarer over 200 millioner norske kroner. Også norske bedrifter deltok i denne studien som ble presentert tidligere i år av språkkommisjonæren i EU.

JEG FORSTÅR

Comprendo betyr "jeg forstår" på spansk. Bedriften etablerte seg i Stavanger for to år siden og holder til i Støperigata i østre del av Stavanger. Bedriften har fire ansatte: Unni Wik, Kristin Eikeland, Vera Stabenfeldt og Paul Grogan som alle er medeiere med 25 % hver. Det var de tre kvinnene som etablerte bedriften i 2005, og knyttet siden til seg engelskmannen Paul Grogan. De framhever ham som en etterspurt medarbeider med spesialkompetanse rettet mot oljebransjen. Paul har

mastergrad i geologi og har bodd i Norge i en rekke år.

Comprendo har knyttet til seg et omfattende nettverk av frilansere og språkbyråer i inn- og utland, og tilbyr næringslivet kompetanse i form av oversetting, språkvask og konferansetolking. Unni Wik er daglig leder - noen måtte jo være det, kommenterer hun uten det minste tegn til karrierejag. Wik har spansk mellomfag og har lang fartstid som leder av tolke- og oversettertjenester i offentlig og privat sektor. Kristin Eikeland har russisk hovedfag og har bakgrunn fra bl.a. FoU på universitetsnivå. Vera Stabenfeldt har 4-årig tolke- og translatørutdanning fra Spania, og har arbeidet i tolke- og oversetterbyråer både i Spania og i Norge. Paul Grogan har 25 års erfaring som petroleumsgeolog, og han har jobbet i Oljedirektoratet samt som selvstendig konsulent. Han er oversetter og korrekturleser i engelsk med spesialfelt innen petroleumsrelaterte dokumenter.

Comprendo-medarbeiderne omtaler selskapet som en høykvalitets språkbedrift hovedsaklig rettet mot næringslivet. – Vi har i løpet av to år funnet frem til vår "form", med spesialisering innenfor oversettelse innen engelsk, russisk og spansk

i tillegg til de skandinaviske språkene. Vi er et lite, men godt team med en unik kombinasjon av språk- og bakgrunnskunnskaper. Vi utfyller hverandre og trives i hverandres selskap. – I tillegg er vi ekstremt serviceinnstilte og er tilgjengelige på telefon og e-post tilnærmet hele døgnet, sier de nesten i kor.

Alle fire har flere års utenlandsopphold bak seg. For å holde høy kvalitet foregår all oversettelse kun til morsmål. Det betyr at de tre kvinnene oversetter til norsk og Paul til engelsk som er hans morsmål. Sammen med sine frilansmedarbeidere i inn- og utland kan de imidlertid tilby oversettelser og tolking til over 60 språk. Comprendo er Achilles-sertifisert hvilket betyr at de garanterer høy kvalitet på tjenestene gjennom dokumentert kvalitetssikringssystem etter internasjonal standard.

IKKE SÅ GODE SOM VI TROR

– Mange tror de er mye bedre i for eksempel engelsk enn de er, mener Comprendo. Det hender ofte at vi får dokumenter på engelsk, for eksempel brosjyrer, som er klossete formulert, og det gir et dårlig signal utad. I tillegg er en slik tekst et dårlig utgangspunkt for over-



Comprendo har til sammen 20 års erfaring fra bransjen og er opptatt av at næringslivet må investere i kvalifisert språkhjelp for å sikre at bedrifter ikke taper penger og går glipp av kontrakter på grunn av for dårlige språkkunnskaper. Fra høyre: Paul Grogan, Unni Wik, Vera Stabenfeldt og Kristin Eikeland.

settelse til et annet språk. Derved ender det ofte med at vi må språkvaske engelsken før vi kan oversette dokumentet til flere språk.

Nordmenn tror ofte det holder med morsmål pluss engelsk for å hevde seg i næringslivet. Men vi lever i et marked som preges av en stadig økende grad av internasjonalisering. Dette hever kravene og forutsetter at vi må beherske flere fremmedspråk hvis vi skal bli mer konkurransedyktige.

Basert på EU-undersøkelsen er det estimert at 11 % av de eksportrettede SMB-ene i Europa (945.000 bedrifter) taper penger grunnet språkbarrierer.

SPRÅK VIKTIG FOR KONKURRANSE- EVNEN

Kan bedriften skilte med språkkompetanse innen engelsk, tysk, fransk eller spansk, stiller de sterkt i konkurransen. Russisk, kinesisk og arabisk er de språk

kene som europeiske selskaper også helst ville hatt kompetanse i.

EU-rapporten sier det er store muligheter for små og mellomstore bedrifter til å øke eksporten hvis de investerer mer i språk. Godt språk i handel med utenlandske samarbeidspartnere er svært viktig for å skape tillit og troverdighet.

“Investing in language skills can dramatically improve a company’s business opportunities. I plan to place multilingualism at the heart of the Lisbon strategy for more growth and jobs”, sier DG (General Direktoratet) for utdanning og kultur.

En viktig del av investering i bedriftenes språkstrategi er å aktivt benytte profesjonelle språktjenester. Betydningen av en god språkprofil på alt fra websider til presentasjoner, brosjyrer, rapporter etc. bør ikke undervurderes. Bruk av profesjonelle tolker til møter og konferanser kan også være avgjørende. Alle uttrykker seg best

på sitt eget morsmål.

I dag finnes mange nye verktøy som effektiviserer oversettelsesprosessen. Såkalte TM-tools, eller språkminneverktøy, gjør at begreper og formuleringer “lagres” og kan brukes igjen. Et eksempel er en oversatt bruksanvisning eller brosjyre som oppdateres jevnlig – her vil kunden bare betale full pris for den teksten som er helt ny. Dette er både kostnadseffektivt for kunden, arbeidsbesparende for leverandøren, og sikrer kvalitet og kontinuitet med tanke på terminologi.

På tross av all ny teknologi – Comprendo mener at det viktigste likevel er “the human factor” – oversetteren og dynamikken mellom formidleren i byrået, oversetteren og kunden. Derfor har de som visjon å bli den foretrukne leverandør av oversettertjenester til næringslivet i Stavanger-regionen.



Erik Lerdahl er dr.ing., og har skrevet doktoravhandling om kreativitet og idèutvikling ved NTNU. Han har undervist ved flere design- og entreprenørskoler i Europa, og har ledet en rekke idèutviklingsseanser og innovasjonsprosesser for større bedrifter og organisasjoner.

Han er nå ansatt som Innovasjonsleder i Fagforum for Mat og Drikke. I tillegg er han en aktiv sanger og forfatter.

Les mer på www.slagkraft.no.

Slagkraftige Erik

Forfatteren av den ferske idéutviklingshåndboken Slagkraft, Erik Lerdahl, har nettopp flyttet til Stavanger. Ved siden av å skrive bøker, være førsteamanuensis ved Kunsthøgskolen i Oslo, innovasjonsleder i Fagforum for Mat og Drikke, og arbeide med innovasjonsprosesser for kunder som Orkla, har han allerede klart å arrangere Stavangers første Idé-konferanse.



Tekst: Cathrine Gjertsen
Foto: Haagen Tangen
Eriksen/BITMAP

- Det er stor interesse for nyskaping og innovasjon i Stavanger-regionen. Her finnes lite akademisk tradisjon, noe som er både en styrke og en svakhet. Det betyr at dere her kan igangsette prosjekter med entusiasme uten helt å vite hva dere gjør. Da kan dere tryne eller så kan det gå uventet bra. Denne interessen for nyskaping trenger en egen konferanse, mener Lerdahl.

Idékonferansen gikk av stabelen 24. oktober og hadde over 150 påmeldte. Deltakerne fikk høre om suksessrik idéutvikling innen kultur, mat, finans og urban design til teknologiske innovasjoner innen oljesektoren. Det var foredrag fra bl.a. Kongeparken, Food Story, Skagen Fondene, Ryfylke Livsgnist, Roxar og Café Sting.

- Det var krevende å få alt på plass, men jeg fikk god hjelp av medarrangør Scan One. Jeg håper nå at konferansen kan bli en årlig begivenhet, sier Lerdahl.

ALLE KAN VÆRE KREATIVE

Han legger ikke skjul på at konferansen

også ble arrangert for å skape blest rundt sin nye bok.

- Rammen for konferansen var lanseringen av Slagkraft - en håndbok i idéutvikling. Målet med boken er å vise mangfoldet av metoder som finnes innen idéutvikling. I tillegg ville jeg vise at dette er et seriøst fagfelt. Det finnes knapt noen norske bøker innen faget som behandler temaet på en profesjonell og systematisk måte.

Forfatteren tror definitivt tiden er inne for en håndbok i idéutvikling.

- Alle har behov for å arbeide med ideer. Det er nødvendig innenfor alle typer bransjer. Fornyelse er helt nødvendig for den som ønsker å være en betydningsfull aktør også i fremtiden. Å hevde at framtidig suksess er betinget av menneskelig kapital, kreativitet og innovativ styrke, er ingen dristig påstand. Framfor å konkurrere med andre kun på pris og kostnader, gjelder det å komme med forbedringer og nye løsninger.

Lerdahl understreker også at kreativitet ikke er en mystisk nådegave som er noen få forunt.

- Jeg mener at det å være kreativ ikke er en forutbestemt egenskap knyttet til bestemte personer eller yrker. Alle kan være kreative om de bruker de riktige metodene og har den riktige holdningen

til det å være kreativ. En må være åpen, modig og utholdende om man skal jobbe kreativt. Man må også ha noen spilleregler i idéutviklingsarbeidet, og så må man ta i bruk metoder som både gir rom for annerledestenkende, og som fører prosessen fram.

STYRK DESIGNMILJØET

Som nyinnflytter oppdaget Lerdahl, som jobber med både design og innovasjonsprosesser, at designmiljøet i regionen var lite og svært fragmentert.

- Enhver region med kraft og tyngde bør ha et designmiljø. Universitetet i Stavanger bør få en mastergrad i design innen mat og emballasje. Jeg tror dette er et fagfelt som regionen har forutsetning for å bygge opp. Nå satses det mye på matnæringen, noe byggingen av Måltidets Hus på Ullandhaug er et tydelig bevis på. Etiketter og emballasje til mat- og næringsprodukter ville passet godt inn her. Vi har jo også en tradisjon for dette, bare se på iddisene, Figgjo og emballasjefabrikken Skanem.

2006.
Handelsbanken er vinneren på bedriftsmarkedet, og er best i samtlige kategorier. Banken ligger langt foran de øvrige bankene i tilfredshet.
DNB Nor har gjort et hopp opp.

Handelsbanken har de mest fornøyde kundene - i år igjen!*

* EPSI Kundeundersøkelse 2007 - se www.handelsbanken.no

Handelsbanken
nærmere deg

Stavanger Straen
51 84 63 50

Stavanger Sentrum
92 22 33 44

Sandnes
51 68 39 50

www.handelsbanken.no



UT PÅ TUR?

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

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

Kontakt VIA Travel Stavanger, ring oss på telefon 51 44 44 15 eller e-mail til grpsvg@viatravel.no

via travel
group & meeting



**"Forandring
er det
eneste
konstante"**

Katrina Alford Kyllø [Advokatfullmektig]

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_KVERNBORG
ENGASJERTE_MENNESKER**

Gunstig kapitalkonto

5,20% over kr 200 000,- **5,50%** over kr 2 millioner

Rentesatsen gjelder fra 1. krone, og renten godskrives hver måned. Ingen uttaksbegrensning.
(Oppgitte rentesatser er årlig effektiv rente.) Rentesatser pr 15. november 2007

Ring 51 67 68 00 eller sjekk
www.sandnes-sparebank.no

Sandnes Sparebank
-slik du vil ha det





Tekst: Pål Hjorth Berge, daglig leder i kommunikasjonsbyrået FASETT
Illustrasjon: Trond Fernblad/FASETT

Det er ikke rart at mange spør slik. Vi hører og leser om det hele tiden. Det er over alt. "Merkevaren ditt og merkevaren datt", "vi må bygge en merkevare av Stavanger-regionen" osv. Dette begrepet "Merkevarer" brukes og misbrukes ofte

uten at det fremgår om den som bruker det har noen aning om hva dette begrepet betyr. Når Helge Solum Larsen (lokal venstrepolitiker intervjuet på NRK lokalen nylig) snakker om "trehusbebyggelsen i Stavanger som merkevare" føles det mer som et populistisk frieri til alle som er opptatt av at "vi må merkevarebygge noe" enn noe han vet noe om. Det blir meningsløst for de fleste. Han og mange andre, ikke minst journalistene blant oss, bidrar til å uthule begrepet slik at det

mister faglig styrke og innhold. For kunnskap om merkevarebygging (branding) er faktisk et fag, for eksempel på NHH. Merkevareledelse heter det på fagspråket...

KJENNETEGN PÅ EN MERKEVARE
 På NHH snakker man slik om merkevarer:

En sterk merkevare kjennetegnes ved å besitte sterke, unike og positive assosiasjoner hos målmarkedene. Merkevare -



Er alt og alle blitt merkevarer nå?

Er Leif Johan Sevland en merkevare? Stavanger - regionen? Ryfylke? Viking? Aarbakke? Dolly Dimple? Slakter Idsøe? Norwegian og Apple? Er alt merkevarer, og hva er poenget med å definere de som det? Hva er meningen med alt dette merkevarestyret egentlig?

assosiasjoner er noe som lagres i hodene våre og som påvirkes av alle inntrykk vi får om den aktuelle merkevaren direkte og indirekte via ulike kilder. Kilder til assosiasjoner er for eksempel presseomtale, ansatte, produktene, klagebehandling og ikke minst selskapets aktive kommunikasjon gjennom egen identitet og kommunikasjonsvirkemidler. Sterke merkevarer har merkeverdi, det er ofte en skjult reserve i regnskapet. Sterke merker

bidrar til økt inntjening gjennom bedre marginer, mer effektiv markedsføring, mer lojale kunder osv. Det er skrevet tykke bøker og gjort en rekke studier inne området "brands" de siste tiårene, også i Norge.

Det engelske ordet for merkevare er brand og er det samme som vårt norske ord å brennmerke, og det vet vi hva er, eller var. Merkevarer er brennmerket. De er tydelige og identifiserbare. Vi kjenner til dem, og vi vet noe om dem.

Kjennskap og kunnskap, kalles det på fagspråket...

STERKE MERKEVARER

Det meste kan kalles merkevarer, men det som er interessant er de sterke merkevarene, vinnerne. Leif Johan Sevland kan faktisk kalle seg en sterk merkevare i Stavanger. Fordi han er kjent, fordi alle vet hvem han er og fordi de fleste tenker positivt om ham og mener han er unik på mange måter. Det finnes bare en Leif

Johan Sevland, kan man si. Han differensierer seg fra de andre politikerne, ikke bare ved å være ordfører men mye i kraft av sin person. Han er annerledes, og han er bevisst sitt image. Differensiering kalles det på fagspråket...

Merkevarebygging er en differensieringsstrategi. Ganske enkelt i teorien men kolossalt krevende i praksis.

Å BYGGE ET MERKE TAR TID

Å bygge et merke tar tid - tålmodighet - talent - og ofte mye penger. Men det er ingen lettvinnsformel og det er heller ikke noe et reklamebyrå kan fikse for deg om du hadde slike tanker. De kan hjelpe deg, ja - men du må gjøre mye av jobben selv. Enten du er ordfører i Stavanger eller konsernsjef i StatoilHydro.

Et merke er et løfte - "a brand is a promise" - sier amerikanerne. De kan merkevarer. De har det i blodet kan det virke som. De drar for eksempel en tur til Italia, går på kafe og blir begeistret for

kaffe, drar tilbake til Seattle og vips er Starbucks født. Nå, noen år etter drikker halve kloden italiensk/amerikansk kaffe og får det de blir lovet: en god opplevelse. Think Big sier amerikanerne. Vi blander ikke inn George Bush i denne sammenhengen...

ASSOSIASJONER

Assosiasjoner er det mest sentrale i en merkevare. Makter et merke å utvikle og opprettholde gode, relevante og unike assosiasjoner hos sine kunder, eller mer presist: sitt målmarked, er grunnlaget lagt. Det krever at ledelsen skjønner hva merkevarebygging er og hvordan verdien av å gjøre dette riktig etter hvert kan leses på både topp og bunnlinje.

Merkevareledelse er mer og mer synymt med generell ledelse. Framtidens ledere må skjønne og må kunne forholde seg til merkevareproblematikken enten de vil eller ikke.

Merker betyr mer og mer for alle over hele kloden. Ta en kikk på hva som skjer i

Kina for eksempel. Det bilmerket flest kinesere drømmer om å eie er BMW. Merkevarer krysser grenser og kontinenter raskt. Verden er blitt liten i så henseende. Og nye merker erobrer verden raskt, for eksempel Google!

FORENKLER HVERDAGEN

Merkevarer forenkler hverdagen for oss. Vi har allerede for mye å tenke på og for mange valg å ta stilling til. Derfor velger vi oss merker vi stoler på og velger dem, gang etter gang. Det gjør livet enklere og tryggere for mange av oss. Vanskelige valg gjør oss usikre og utilfreds, derfor ligger det verdi i å gjøre sitt valg og være trygg på at man valgte rett. Trust the brand.

Og, en ting til: sterke merker frigjør tid og tanke til andre sysler. - For det finnes vel viktigere ting i livet enn merkevarer?



JM Byggholt er en av Norges største boligutviklere. Vi har mer enn 40 års erfaring fra boligutvikling og leverer årlig ca 700 boliger til fornøyde kunder, rundt 100 av disse i Stavanger-regionen. Stavanger-kontoret er i god vekst og målet er doblet omsetning innen 2 år.

Vår policy er 0-feil leveranser i samarbeid med våre leverandører hvor moralen er "vi skal gjøre hverandre gode!".

Vi ber om din tillit som din boligleverandør og vi vil gjøre hva vi kan for at du skal bli en av våre fornøyde kunder!

**JM Byggholt Region Stavanger, Gml. Forusvei 14,
4033 Stavanger, Sentralbord: 4000 1515**

www.jmbyggholt.no



Byggholt



www.crisis10.no

Forberedt på det uforutsette?

Før eller siden vil din bedrift oppleve en krise. Stor eller liten. Vi kan hjelpe deg til å bestå testen.



Falck Nutec

www.falcknutec.no

Utfordrende rådgivningskarriere — bli med på laget!



I Stavanger er vi 21 rådgivere – men vil bli flere!

Har du lyst å jobbe innen rådgivning?

Vi inviterer deg til å bli vår nye kollega. Hvis du er den rette kan vi love deg en spennende og variert arbeidsdag. Vi får stadig mer å gjøre og arbeider med noen av de mest spennende organisasjonene innen olje- og energi-, finans- og offentlig sektor. Vi tilbyr deg gode utviklingsmuligheter, konkurransedyktige betingelser og ikke minst kjekke kollegaer.

Hvem er du?

Vi ser etter deg som ønsker å jobbe med økonomi- og virksomhetsstyring, prosessutvikling og -forbedring, IT rådgivning og -revisjon, samt internrevisjon. Du har arbeidet i 1 – 3 år og er klar for en ny og spennende utfordring. I tillegg kan du vise til solide resultater på bachelor- eller mastergradsnivå, og fra din tidligere jobb.

Dette står vi for!

Hvis du vurderer å svare ja på denne invitasjonen må du kjenne deg igjen i våre kjerneverdier:

- Vi står for integritet, respekt og samhandling
- Vi har driv, entusiasme og mot til å gå foran
- Vi bygger varige relasjoner ved å gjøre det riktige

**Synes du dette høres spennende ut og ønsker å vite mer om Business Advisory/
Risk Advisory Services og stillingene?**

Ring gjerne Ann-Cathrin Knutzen Vetaas på tlf 98 20 66 19

Søknadsfrist: Snarest

Søknad sendes via våre nettsider www.ey.no/karriere

Ernst & Young er en global, nasjonal og lokal kompetansebedrift som leverer tjenester innenfor revisjon og direkte relatert rådgivning, økonomisk- og finansiell rådgivning, skatte- og avgiftsrådgivning, risikostyring og datasikkerhet. Ernst & Young har 114 000 medarbeidere i 140 land. I Norge er vi ca. 1 200 medarbeidere fordelt på 30 kontorer.

www.ey.no

ERNST & YOUNG
Quality In Everything We Do

PÅ SKRIVEBORDET

– til Terje Vallestad





Tekst: Jan Inge Reilstad

Foto: Haagen Tangen Eriksen/
BITMAP

Et kafébord med god mat og drikke på, det er et godt bord. Selv om Terje Vallestad påstår han har minst tre skrivebord rundt omkring på kafeene sine, er det få som tviler på at han har sitt skrivebord hvor enn han setter seg ned, mer slik som i den gamle Marvin Gaye-klassikeren om "whereever I lay my hat, that's where my home is". For Terje Vallestad er det stort sett på Café Sting og Kult.kafeen.

- Det har jeg sett gjennom 40 år som kulturarbeider og kafévert, at mange forfattere og kunstnere, de skaper best midt i surret, midt i livet, midt i en samtale på kafeen. De bruker alt som input, kan du si, hele tida. Det er det denne spalta di handler om, er det ikke? Han ser spørrende på meg. Jeg nikker usikkert.

Det gjelder vel deg også det da?

- Jeg er jo nødt. Har brukt hele livet mitt på å dyrke frem kulturuttrykk i kaférommet. Men det er sant. Jeg får alltid nye ideer når jeg er midt oppi et annet prosjekt. Midt i stresset med å skape noe nytt, får jeg alltid øye på verden fra en ny vinkel. Der står det gjerne en god idé og lokker på meg.

Bevegelse skaper bevegelse? Den som har begge beina på jorda står stille...

- Akkurat. Men derfor har jeg også vært en slave av mine egne ideer. Ut på 1990-tallet måtte jeg begynne å legge lokk på meg selv, ellers hadde jeg kokt helt over. Det kan bli for mye. Jeg gikk på en liten smell der. Likevel, i den downperioden dukket f.eks. ideen om "Syke Dager" opp. Så det er vanskelig å la være. Terje Vallestad ler og retter på brillene. Han ser i grunnen uforskammet godt ut.

I disse fanatiske helsetider så vet jeg at du drikker av en helt spesiell ungdomskilde?

Han smiler opp. - Du tenker på de tibetanske ritene. Joda. Har gjort dem hver dag i ni år nå. De funker. Hver morgen er det fem øvelser, slik de tibetanske mun-

kene har gjort dem i 2500 år. Ritene er forløpere til yoga, kan du si. De er fysisk, psykisk og mental trening i ett, pluss pus-teøvelser. Fantastiske greier. Munkene gjorde dem for å holde seg i form, for å holde seg unge i kropp og sjel. Boka heter "Ungdomskilden", og fås for en hundrings i en bokhandel.

Ja, hva mer leser du for å holde deg i form da?

- Jeg er så nysgjerrig, leser alt. Men siden 1980-tallet har det blitt mer og mer åndelig litteratur egentlig. Om afrikansk djoodjoo, f.eks., som er hvit magi, versus voodoo og sort magi altså, og som praktiseres i store deler av Vest-Afrika.

Hvordan i all verden kommer man på å begynne og lese slikt ...

- Det begynte med at jeg jobbet for Rikskonsertene om et konsertprogram med folkemusikk fra Afrika. Jeg er jo egentlig folkemusiker og folkedanser selv, vet du. Det mest åndfulle møtet jeg har hatt, var med en maraboumann – en medisinmann og en synsk person som gir leveråd – i Willingare i Senegal. Hans enkle og fattige hus er det mest åndfulle stedet jeg noen gang har satt min fot. Han var forresten den senegalesiske presidentens egen maraboumann.

Du verden, jeg trodde du var opplysningsmann på din hals. Kafeen tilhører vel egentlig opplysningstida og kampen mot overtro og kirkemakt?

- Jeg er nysgjerrig. Det er et vitebegjær, rett og slett. Men jeg er ikke noen new ager, altså. Jeg kjøper ikke alt. Har ganske god distanse til stoffet tross alt. Jeg er flink på å plukke ned den fornuftige frukten fra tre som prøver å vokse inn i himmelen. I vår ekstremt materielle verden er det antagelig for lite ånd. Sant. Alle skjønner at det kan være metafysiske årsaker til fysisk sykdom, osv.

Nei, det er sant, ingen ennå som har fått verden til å gå opp. Hvordan holder du liv i den mer rasjonelle opplysningsmannen i deg?

- Kanskje først og fremst gjennom rese-arch på alle prosjektene mine.

Du så mye god film da, tipper jeg, før du lagde "Erotisk uke"?

Han ler og smiler igjen sitt usedvanlig vennlige smil. - Da jeg lagde Erotisk uke på Sting, hadde jeg brukt ett år i forkant på å lese meg opp på emnet. Grünfeldt og Langfeldt og you name it. Men det er sant, jeg så mye film også, særlig slike gamle erotiske svarthvitfilmer – de er jo dritmorsomme – for å se om det var mulig å finne erotikkens grenseoppgang mot sex. Jeg måtte gi opp akkurat det. Han knegger og skuer utover lokalet.

Og nå pågår Litteraturuka igjen, på 21. året. Jeg var innom i går kveld, og det var stinn brakke. Jeg lurar: Treffer du på mange næringslivsledere her denne uka?

- Nix. Kjenner noen i den leiren som er lesehester og kunnskapssøkende, men få som har vært her denne uka. Du vet, litteratur handler jo om å lære seg å forstå og fortolke verden. Alle trenger påfyll den veien, ikke minst ledere. Under Litteraturuka tvinger vi folk tett sammen under Ordet, det er en berikelse i seg selv. Man går ut av døra med større følehorn. Man får en injeksjon av mellommen-neskelig og kollektiv forståelse rett i fletta. Framtidens ledere må lære seg å forstå folk bedre, tror jeg. De burde ha vært her.

Har du et praktisk arbeidstips på tampen?

- Start alltid med andre eller tredje vers, som låtskriverne sier. Aldri begynn forfra. Begynn midt i – in medias res, som romerne sa. Det demper prestasjonspresset, og du kan arbeide i alle retninger.

På vei ut, med en særdeles god skall-dyrsalat gjærende i magen og en meget spiss americano-ånde ut av munnen, slår det meg at vi må kalle en spade for en spade; et bord er et bord er et bord. Et kafébord er et spisebord, et drikkebord, et tenkebord, et lesebord og et skrivebord, men fremst av alt et samtalebord. Når Café Sting ikke legger opp til trådløst nettverk i kafeen, handler det vel om at de vil beholde det fysiske bordet og den samtalekvaliteten som finnes der, mellom ansiktene, tenker jeg. Livet er kanskje bare en stor produktiv samtale, og så dør vi. Skrivebord på kafé er neppe noen dår-



Fra høyre: Asbjørn Sola, Chief Operating Officer og Børge R. Kolstad, administrerende direktør ved Kongsberg Intellifield.

Kongsberg Intellifield

Kongsberg-gruppens aner går helt tilbake til 1624 og sølvgruvene i Kongsberg, som vi formoder er en del av barnelærdommen til folk flest. I årenes løp har gruppen utviklet seg til å bli et selskap som driver multinasjonal virksomhet i praktisk talt hele verden, med 3650 ansatte i 20 land. Virksomheten er konsentrert om to hovedområder: Defense & Aerospace og Oil & Gas pluss Merchant Marine.



Tekst: Erik Lindboe
Foto: Haagen Tangen Eriksen/
BITMAP

I januar 2007 kjøpte Kongsberg Gruppen opp bedriften Sense Intellifield, som dermed også skiftet navn. Det er verd å nevne at vår lokale bedrift Energy Venture med Ole Melberg i spissen var med på å bygge opp Sense Intellifield siden juni 2003 og bidro til å legge grunnlaget for at bedriften ble interessant for Kongsberg. Kongsberg Intellifield sorterer under gruppens Olje- og gassdivisjon og har som visjon å utvikle nye og banebrytende løsninger innen sanntids fjernoperasjoner. Virksomheten er lokalisert i Stavanger, Oslo, Kristiansand og Trondheim, pluss Aberdeen, Houston, Wien og Mexico.

SANNTIDS FJERNOPERASJONER

Bedriften utvikler små og store operasjonssentra for olje- og gassvirksomheten. – For å lettest forklare dette for menigmann kan vi henvise til at NASA fjernopererer romferjene fra Houston,

forklarer Asbjørn Sola, som er Chief Operating Officer. – Det har mange likhetstrekk med hva vi driver med. Vi leverer komplette sentra med monitører for f.eks. videokonferanser og 3D-skjermer for å tolke data fra oljebrønner. Dette er uvurderlig informasjon for ingeniørene som planlegger og overvåker operasjonene på rigger og produksjonsanlegg for olje og gass.

– Vårt andre hovedområde er å utvikle software som skal kunne behandle data som kommer fra en borerigg og inn til operasjonssenteret. Dette skal skje i såkalt sanntid, det vil si at folkene i senteret skal kunne ta de riktige beslutninger basert på informasjon som er helt oppdatert. Feil og avvik i boreoperasjonene kan ha betydelige miljømessige og økonomiske konsekvenser dersom sanntidsinformasjon blir oversett. Hensikten med denne teknologien er at du kan korrigere ting før noe skjer. Dette er viktig i en bransje der enorme verdier står på spill. Et eksempel er en hendelse som skjedde for en tid tilbake, da en operatør mottok data som tilsa fare for at en borestreng kom til å ryke dersom det ikke ble foretatt justeringer. Faresignalene ble neglisjert,

og situasjonen endte nettopp med at borestrengen røk.

– Det tredje forretningsområdet er konsulenttjenester og rådgivning knyttet til operasjonssentralene og software teknologien. Bedriften sitter på kunnskap, kompetanse og den teknologien som oljeselskapene trenger innen såkalt IO, dvs. Integrerte Operasjoner, som vi kan si er synergien mellom bruk av informasjonsteknologi i team-baserte arbeidsprosesser.

STOR VEKST

Administrerende direktør Børge R. Kolstad kan fortelle om en betydelig vekst i selskapet. – Vi vokser med rundt 50% årlig. Dette er en hyggelig utvikling, men også en utfordring i seg selv.

Får dere tak i nok kvalifiserte folk i et stramt arbeidsmarked?

– Arbeidsmarkedet er generelt stramt, men hittil har vi greid å rekruttere de folkene vi trenger. Vår styrke er at vi ligger i fremste rekke når det gjelder teknologi, og det bidrar til at vi er en tiltrekkende arbeidsplass. Vi har mange dyktige, unge og energiske medarbeidere. Et flertall av

dem er i alderen 25 til 35 år, og 60% av dem har mastergrad eller høyere(!) innen sitt fagfelt. Flere av dem synes også det er spennende å jobbe internasjonalt, og ser positivt på muligheten til å være stasjonert ved en av våre avdelinger i utlandet. Det er også slik at den største delen av omsetningen vår skjer i utlandet. Dette er en åpenbar fordel for oss. Vi har mange ulike kunder i forskjellige land, og det gir oss flere bein å stå på og dermed en tryggere hverdag. Å ha kun én kunde kan gjøre tilværelsen mer usikker, så vi er glade for den situasjonen vi befinner oss i.

Og dere tjener gode penger?

- Vi har gjort det bra så langt, med en omsetning på rundt 200 millioner kroner. Faktisk er det ikke så mange som er klar over hvor store vi er blitt. I denne oppbyggingsfasen brukes bortimot alt vi har av penger til teknologiutvikling. Å levere de nyeste og beste teknologiske løsningene innen IO gjør at investeringene blir tunge.

STØRST PÅ IO I NORGE

Børge R. Kolstad kan videre fortelle at IO startet i Nordsjøen så sent som i 2001 - 2002. Siden den gang har utviklingen gått svært raskt. Kongsberg Intellifield leverer

en bred suite av tjenester og produkter på området, og skal etter sigende være størst i Norge på IO. - Vi leverer turnkey-prosjekter fra design til implementering av løsningen hos kunden. Turnkey betyr på godt norsk at kunden gir oss i oppdrag å ta hele jobben fra begynnelse til slutt. Da er det vår jobb å levere rette produkter og tjenester til rett tid og til rett kostnad.

3D ANIMASJON

Gjennom datterselskapet SIM satses det mye innen tre-dimensjonal animasjon og portalløsninger. Ideen er at når du klikker med musen på noe av interesse, så kommer korrekt informasjon direkte opp i 3D bilder. Løsningen skal altså være intuitiv. Bak bildet ligger all software og alskens informasjon som bearbeides i sanntid, men alt dette tekniske trenger ikke operatøren forholde seg til - det er kun informasjonsbildet på monitoren som teller. Du får med andre ord sanntidsinformasjon du kan bruke direkte der og da.

- Vi mener vi sitter på verdens mest avanserte systemer, og vi har kun noen få globale konkurrenter.

OM FRAMTIDEN

Hvor er dere om 5 eller 10 år?

- Kongsberg Gruppen har som mål å øke omsetningen betraktelig de neste fire årene. Den største veksten vil komme innen olje og gass og utvalgte teknologinischer. Og det er her vi hører hjemme. Innen 2010 skal en halv milliard kroner i omsetning vokse til 1,5 milliarder innen olje- og gassteknologi. Dette er tøffe mål, men det er mål vi tror det er mulig å oppnå dersom utviklingen i markedet følger noenlunde samme spor som nå, og dersom vi er dyktige nok til å levere kvalitetsvarer og tjenester.

NETTVERK

Og til slutt: Hvorfor medlemskap i Næringsforeningen?

Børge R. Kolstad og Asbjørn Sola svarer omtrent i kor: - Å pleie et nettverk er svært viktig for alle som driver næringsvirksomhet. Dessuten har vår regionale næringsforening utviklet seg til å bli et symbol på aktivitet her. For å si det enkelt: Det er noen i den andre enden som ikke bare tar imot kontingent!

KOLON | 071893



Den som er to trekk foran, vinner


avito

ROGALAND KUNNSKAPSPARK,
PROF. O. HANSSENS VEI 7A, STAVANGER
POSTBOKS 8034, 4068 STAVANGER
TELEFON 51 87 45 00 www.avito.no

Avito AS er et IT-selskap som driver konsulent- og rådgivningsvirksomhet for å realisere og effektivisere kunders forretningsprosesser.

IP-TELEFONI

Akkurat som nå, bare billigere!

Vi leverer komplette IP-telefonløsninger.
Du kan benytte din eksisterende telefonsentral.
Behold apparatene, funksjonene, telefonnumrene
– og summetonen.

Vi kommer gjerne på en uforpliktende
gjennomgang av din telefon- og bredbåndsløsning.

Ring oss på 51 53 20 53 – i dag!
salg@hesbynett.no

HESBYNETT

Konsulentavdeling i Klubbegaten 6 • Bredbåndsbutikk i Østervåg 47
Tlf. 51 53 20 53 • www.hesbynett.no

Skyhøy satsing

En gruppe aktører innen luftfart og sikkerhetsopplæring planlegger et nytt og avansert senter for helikoptertrening på Utsola i Sola kommune. Her vil de ha inn simulatorer for flere helikoptertyper, i tillegg til ulike former for sikkerhetstrening. Et område nær flyplassen er allerede avsatt til senterets mange nybygg.



Tekst: Cathrine Gjertsen
Foto: Haagen Tangen
Eriksen/BITMAP

- Stavanger-regionen er det perfekte stedet for denne typen treningssenter. Vi har et sterkt fly- og helikoptermiljø her. Både Norsk Helikopter og CHC, verdens to største helikopterselskap er lokalisert i regionen. I tillegg har også forsvaret redningshelikoptre her. De mange olje- og gasselskapene i området er også en stor bruker av helikoptre. Ser en på Forsvaret og oljeselskapenes planer fremover ser en at det trolig vil komme mange nye helikoptre til Norge innen 2013. Det er et betydelig antall og dermed en stor forretningsmulighet for oss, sier assisterende strategidirektør i Thales Norge, Ole Petter Bakken.

Bakken leder det franske avionikkselskapet Thales sitt Stavanger-kontor. Sammen med Østnes, som representerer helikopterprodusenten Eurocopter, Falck Nutec, på krisehåndtering, Stavanger Investering og et knippe andre aktører arbeider Thales for å realisere treningssenteret.

SATSINGEN KREVER SAMARBEID

- Treningssenteret krever store investeringer. Vi ønsker å få på plass morgendagens treningsverktøy og nye konsepter innenfor pilottrening. Det betyr en rekke avanserte flysimulatorer. Det er behov for en simulator for de nye helikoptertypene, NH90, som Forsvaret har bestilt. Simulatoren til enhetshelikopteret NH90 koster alene rundt 400 millioner kroner. Helikoptersimulatoren kan til gjengjeld brukes til trening og opplæring av flere ulike helikoptertyper. Utenom simulatoren vil vi ha krisetrening og vanntrening i regi av Falck Nutec. Hele senteret representerer en investering på drøye én milliard kroner, forklarer Bakken.

INTERNASJONAL MULIGHET

Han tror senteret kan bli et opplæringssted for piloter fra resten av Europa, ettersom det er lite opplæringskapasitet i Europa.

- For å lykkes må vi samarbeide med flere land som har bestilt helikoptertypen NH90, samt sivile helikopteroperatører. Klarer vi dette, kan vi få kunder fra andre land. Vi ønsker å tilby opplæring og trening for både sivile og militære helikop-

tre, i tillegg til ambulansetjenesten i Europa. For å trene opp piloter fra militæret må vi ha et samarbeid med Det norske forsvaret. Gjennom Forsvaret er det også mulighet for at vi kan trene piloter fra forsvaret til andre land.

Dersom samarbeidsavtalene kommer i boks, vil mellom 30-40 personer jobbe for å få på plass senteret. Av disse vil nærmere halvparten komme fra Thales.

Thales har over 70.000 ansatte verden over og jobber med bl.a. luftfartsteknologi, sikkerhet, og romfartsteknologi. I Oslo har vi rundt 150 ansatte, men i Stavanger er det foreløpig kun meg, sier Bakken.

Likevel ser Thales på Stavanger som et strategisk satsingsområde.

- Det er et knutepunkt for luftfart, olje og gass, samt Joint Warfare Center på Jåttå og Felles Operativt Hovedkontor. Det betyr også at det finnes mye luftfarts- og simuleringskompetanse i området, og vi ønsker samarbeid med disse dyktige aktørene, forklarer Bakken.

SENTER FOR FLYSIKKERHET

Hovedfokuset for Thales er simulering og flytrening knyttet til helikoptertypen NH90 militær og andre plattformer. Det plan-



Assisterende strategi direktør i Thales Norge, Ole Petter Bakken.

lagte treningssenteret vil tilby denne type trening. Bakken legger likevel ikke skjul på at han har større drømmer for hva som kan bygges opp rundt flymiljøet i regionen.

Jeg håper at vi en dag kan få et senter for flysikkerhet her på Sola. Tenk om vi kunne få til et komplett opplegg med trening og utdanning. Dette krever bl.a.

samarbeid med Universitetet i Stavanger. De har allerede et utdannelsesstilbud innen samfunnssikkerhet. Laerdal Medical, som har hovedsete i regionen, er også en kompetanseinstitusjon som kan mye om simulering, trening og sikkerhet. Aker Kværner har fått opp en borerigg på Forus hvor de trener og driver simuleringsarbeid. Kompetansen er her.

Muligheten er her, men det krever samarbeid på mange plan for å få det til. I første runde må vi få på plass samarbeid med Forsvaret og Den norske stat.

Thales

Thales er en global leverandør av IKT-systemer, og kundene er spesielt offentlige etater som politi, forsvar og redningstjenester pluss en sterk nisje innenfor luftfart. Thales er en internasjonal gruppe som arbeider innenfor områdene forsvar, luftfart, tjenester og sikkerhet.

I Norge har Thales 185 ansatte i Oslo og Trondheim som representerer ett av landets største utviklingsmiljøer. Thales Norway utvikler og industrialiserer egne produkter for militære og sivile kunder. Thales Norway er en internasjonal aktør med over 32 land på kundelisten og er NATOs utvalgte leverandør av krypteringsløsninger for IP-nett.

FAKTA

Falck Nutec

Falck Nutec AS eies av Falck AS registrert i Danmark. Der har Falck i over 100 år arbeidet for å forebygge ulykker, sykdom og nødsituasjoner, yte hurtig og kompetent hjelp til forulykkede og mennesker i nød, og rehabilitere syke og skadede mennesker.

Falck Nutec leverer kompetanse i å forebygge, håndtere og lære av kritiske situasjoner. De har over 30 års erfaring fra olje- og maritim industri.

FAKTA



Ventelo Stavanger
Fabrikkveien 24
4033 Stavanger
Tlf: 51 81 62 62



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

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

*connectedthinking

PRICEWATERHOUSECOOPERS 

WE ARE THE ENGINE OF INDUSTRY

WÄRTSILÄ® is a registered trademark



DE DRIVER VERDEN. VI DRIVER DEM.

Noen ønsket en partner som kunne overta driften offshore. Og de ønsket ikke snakk, men handling. Med 173 års erfaring og mer enn 15.000 medarbeidere verden over, og med et aktivt engasjement for kundenes behov gjennom hele leveransens levetid, er vi drivkraften i industrien. Se hva vi kan gjøre for deg på www.wartsila.com/Norway

WARTSILA.COM

I Wärtsilä i Norge er vi ca 800 medarbeidere. Hovedkontorene er på Bømlo og Stord. I tillegg har vi kontorer i Drøbak, Trondheim, Haugesund, Ålesund, Stavanger og Bergen.



En framtid i tre dimensjoner

Jovisst lever den tradisjonelle filmen i beste velgående. Men filmbransjen er likevel ikke lenger hva den var. For med filmer som Toy Story, Istid, Shrek og serien på Barne-tv om rednings-skøyta Elias, har vi for alvor tatt skrittet inn i en visuell, digital verden som er full av spennende muligheter - ikke bare innen spillefilm - men også når det gjelder reklamesnutter og animasjoner for bedrifter og deres tekniske dippedutter. Og ikke nok med det: Stavanger er med på å sette de nye, digitale film- og animasjonsmulighetene på det norske filmkartet.



Tekst: Erik Lindboe

Foto: Haagen Tangen Eriksen/
BITMAP s. 42, Noroff s. 44

Ikke minst har dette sin bakgrunn i at Noroff Instituttet i Stavanger satte igang animasjonsutdanning innen 3D-animasjon og 3D-film, en utdanning som kan ende opp i bachelorgrad og til med master- og doktorgrad i fagområdet gjennom avsluttende studier ved universiteter i England eller Australia. Studentene starter opp med 3D-animasjon det første året, for så

å fordype seg innen film eller spilldesign. Noroff har for tiden rundt 70 studenter, av dem jobber 40 innen fagområdet animasjon og 10 innen spill. På landsbasis er Noroff Instituttet landets største på utdanning innen 3D-disipliner.

Målsettingen er klar, sier rektor Gaute Aadnesen: - Vi skal utdanne topp profesjonelle animatører i Rogaland, dyktige fagfolk som skal være etterspurte både nasjonalt og internasjonalt.

STORT OPPSVING

Gaute Aadnesen legger ivrig ut om hvordan næringslivet smått om senn har fått

øyene opp for hvordan animasjon kan brukes, f.eks. innen promotering av varer og tjenester og i instruksjonsøyemed.

- Bare her i regionen ser en rekke bransjer nytten av den nye teknologien. Et godt eksempel er visualisering av boligprosjekter. Og studentene våre blir for-søkt headhunted av så vel reklamebedrifter som oljeselskaper. De siste par årene har vi sett et betydelig oppsving og merker presset fra næringslivet på dyktige animatører. La meg føye til at de aller fleste studentene våre fullfører høyere utdanning, som dermed gir dem større jobbmuligheter og enda bedre lønnsfor-



Fra venstre: Gaute Aadnesen, rektor ved Noroff Instituttet og Jon Inge Zazzera fra kulturavdelingen i Rogaland fylkeskommune.

hold. Ta 3D-spill og bedriften Funcom som eksempel på hva som rører seg i bransjen: Funcom er Norges største utvikler av 3D-spill. Bedriften er børsnotert og verdsatt til rundt 1 milliard kroner. Spillet World of Warcraft har 9 millioner brukere verden over. Disse betaler gladelig 100 kroner pr. måned for å delta. Noen få tastetrykk på kalkulatoren viser raskt at vi snakker om milliardomsetning bare på dette ene spillet. Og den tradisjonelle filmbransjen tror at 3D-animasjon om litt blir like stort som hele den eksisterende filmindustrien. Da er det ekstra inspirerende å bli med på å bygge opp Rogaland som en sentral aktør på disse områdene.

SAMARBEID

Jon Inge Zazzera fra kulturavdelingen i Rogaland fylkeskommune er med på å dra lasset:

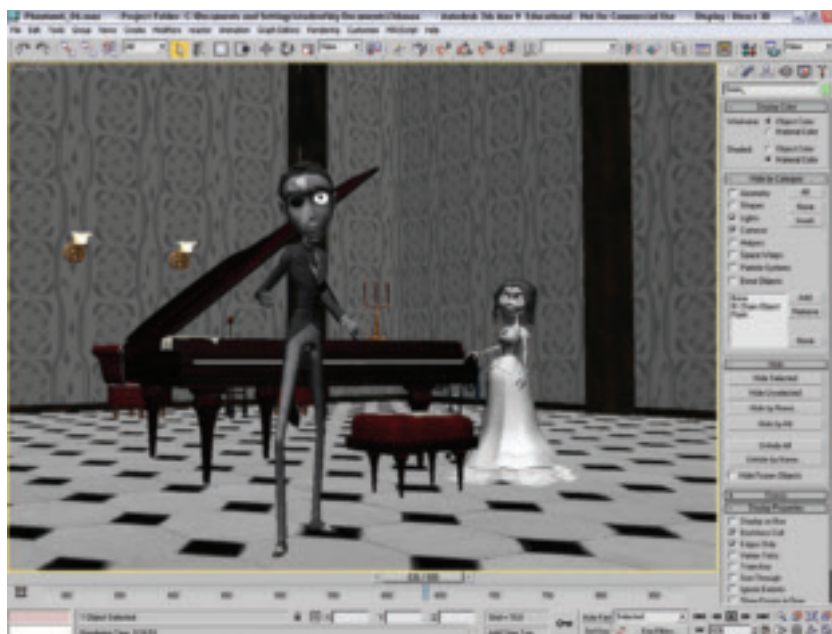
- Næringslivet har lenge vært fragmentert og til dels preget av båstenkning:

Filmbransjen holder på med film, og noen i næringslivet driver med 3D, var omkvedet. Vi så at det var et behov for å skape en felles møtearena for å belyse hva som skjer i bransjen, få fram hvilken teknologi som er tilgjengelig og hvordan ulike aktører kan samarbeide for å utvikle forretningskonsepter. Vår første 3D-konferanse i fjor gikk veldig bra, og vi fikk en rekke positive tilbakemeldinger. Nå er vi i gang igjen, gjennom Næringsforeningen og Kulturbørsens arrangement i desember, der vi skal ha ansvaret den 6. desember. Under vignetten "Digitale dager" – et samarbeid mellom Filmkraft, Rogaland fylkeskommune og Noroff Instituttet – samles bransjen igjen for å videreutvikle nettverket. Vi ser mulighetene til å få enda flere aktører i Rogaland på banen. Her kan bedrifter og forskjellige aktører dra nytte av hverandre og bidra til å skape vinn-vinn situasjoner. Vi så det allerede etter den første konferansen i

fjor, som resulterte i nye oppdrag for flere av deltakerne. Under Digitale dager kan både oljebransjen og spillindustrien samles. Pluss reklamebransjen og andre interessenter. Hittil har det meste innen 3D blitt laget i Oslo. Men etter hvert bygger vi opp nok kompetanse til å gjøre produksjoner her i Rogaland. Animasjon er et fantastisk medium med et vell av muligheter, men det krever også utdanning og dyktige fagfolk for at jobben skal kunne utføres på et profesjonelt nivå.

FAGSKOLEN

- Det er her vi kommer inn, smetter rektor Gaute Aadnesen inn. – Noroff Instituttet er en fagskole med studenter fra 18 år og oppover. Her kan de være på skolen fra 7 om morgenen til midnatt. Mange er det, også. Og mange studenter er raus med positive tilbakemeldinger på hvordan vi driver det. Det gleder oss, samtidig som det skjerper innsatsen vår. Jeg må også



– Bare her i regionen ser en rekke bransjer nytten av den nye teknologien. Et godt eksempel er visualisering av boligprosjekter. Og studentene våre blir forsøkt headhunted av såvel reklamebedrifter som oljeselskaper.

– Nå ønsker vi å løfte samarbeidet mellom næringslivet og det offentlige, inkludert UiS, og derigjennom framstå som både businessminded og kreative innovatører, for vi setter likhetstegn mellom kultur og næring.

driver det. Det gleder oss, samtidig som det skjerper innsatsen vår. Jeg må også berømme fylkeskommunen for å bidra aktivt for å få Digitale dager opp og fram. Nå ønsker vi å løfte samarbeidet mellom næringslivet og det offentlige, inkludert Universitetet i Stavanger. Gjennom dette samarbeidet skal vi framstå som både businessminded og kreative innovatører, for vi setter likhetstegn mellom kultur og næring.

Jon Inge Zazzera repliserer raskt at begeistringen over dette samarbeidet er gjensidig. – På sikt ønsker vi å gjøre Digitale dager til en viktig nasjonal arena. Etter fjorårets positive opplevelse skal vi altså gjøre det én gang til, og vi vil at Digitale dager skal bli en levedyktig og årlig begivenhet som blir lagt merke til.

ETT SKRITT OM GANGEN

Gaute Aadnesen nikker enig og føyer til at arrangementet skal bygges opp over tid og med kvalitet i alle ledd. – Dette er en gylden anledning for bedrifter og animatører å knytte kontakter. Nettverket vårt innen animasjon begynner å bli ganske stort, og vi kan koble aktørene opp mot hverandre. Her har vi fått en enestående mulighet til å gjøre noe positivt gjennom å videreutvikle en ny, levedyktig næring, og det i en næring som vokser med utrolig fart både her hjemme og ute i verden for øvrig. Jovisst kan vi fremdeles leve godt av oljen en tid framover. Men regionen trenger også flere bein å stå på. Her er det bare å gripe fatt i mulighetene, sier Gaute Aadnesen, som foruten å være administrativ leder og rektor ved Noroff Instituttet kan skilte med å ha en bakgrunn fra filmbransjen, bl.a. som produsent.

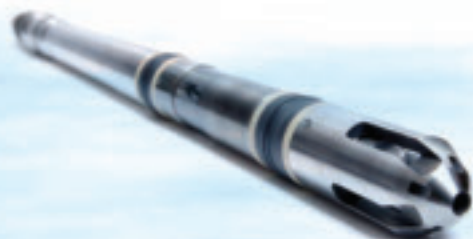
– La meg føye til at Noroff Instituttet har blitt godt mottatt her i regionen. Stavanger har jo hatt privatskoler i mangfoldige år, Uldal og Steinerskolen kjenner vel de fleste til. Vi har møtt mye velvilje fra lokalpolitikere, bransjer og andre utdanningsinstitusjoner. Et godt samarbeidsklima er det beste utgangspunktet for å skape nye arenaer. Det gjør at vi kommer oss ut av snakkestadiet – og rett og slett gjennomfører det vi tror på.

Kulturbørsen

Noroff arrangerer Digitale dager 2007 i tilknytning til konferansen Kulturbørsen 5. – 6. desember. Kulturbørsen presenterer bl.a. Torill Kove, vinner av Oscar for beste animasjonsfilm i 2006. Les mer om Kulturbørsen på s.14-15.

KULTURBØRSEN

PTC



MOSAIQUE
MOSAIQUE
MOSAIQUE
MOSAIQUE
MOSAIQUE
MOSAIQUE
MOSAIQUE
MOSAIQUE
MOSAIQUE
MOSAIQUE
MOSAIQUE
MOSAIQUE
MOSAIQUE
MOSAIQUE
MOSAIQUE
MOSAIQUE
MOSAIQUE

www.mosaique.no
51 85 41 60

Nyopprettet team søker:

Daglig leder for Mosaique International

DAGLIG LEDER VIL HA SOM OPPGAVE Å:

- Bygge egen portefølje i forhold til oppdrag som krever rekruttering av utenlandsk arbeidskraft.
- Forvalte og videreutvikle avtalen med vår europeiske partner.
- Etablere flere avtaler med utenlandske partnere i de land dette er nødvendig.
- Utvikle et tett samarbeide med nasjonale og internasjonale myndigheter, samt Eures og evt. andre organisasjoner og sammenslutninger.

VI TILBYR:

- Konkurransedyktig lønn.
- Dynamisk og spennende miljø.
- Stadig nye utfordringer.
- Stor innflytelse på egen arbeidssituasjon.
- Mulighet for eierskap.

Aktuelle kandidater bør ha utdanning på høyskole/universitetsnivå, gjerne innenfor ingeniørfagene. Du bør ha et stort nettverk innen olje- og energi-bransjen. Mer informasjon finner du på www.mosaique.no. Spørsmål om stillingen kan rettes til Roar Dybing: 976 93 096 eller Odd Ueland: 909 34 034. Søknad med CV sendes innen 30. november til roar.dybing@mosaique.no

MOSAIQUE
International as

Mosaique ble etablert i 2001 og har siden starten vokst til det største head-hunterselskapet utenfor Oslo.

Vi består nå av 8 medarbeidere som jobber full tid utelukkende med headhunting. Til å forestå vår satsning på rekruttering fra utlandet søker vi etter daglig leder til det nystartede Mosaique International as, et heleid datterselskap av Mosaique as.

Mosaique International as skal i hovedsak påta seg søkeoppdrag etter fag- og lederkompetanse på høyskole/ universitetsnivå.

Få inspirasjon både ute og inne

Hele hotellet er renovert, nye møterom – flere med havutsikt

Vi kan tilby en rekke aktiviteter og underholdning i forbindelse med kurs, konferanser og arrangement.



Telefon 51 73 30 50 – post@vistestrandhotell.no – www.vistestrandhotell.no

Eksklusiv verdens- lisens til Stavanger- regionen

Seabrokers Eiendom AS har inngått avtale med World Trade Center (WTC) om å etablere et nytt World Trade Center i Stavanger-regionen.



Skisse av Snøhetta sitt vinnerutkast til nytt museum og kulturbygg på tomten til tidligere World Trade Center i New York. Snøhetta er et internasjonalt kjent arkitektfirma med hovedkontor i Oslo. Snøhetta fikk oppdraget med utforming av museum og kulturbygg etter en omfattende intervju-prosess som inkluderte vurdering av tidligere og planlagte prosjekter og ideutkast til hvordan de eventuelt ville løse oppgaven.



Tekst: Frode Albretsen, finansdirektør Seabrokers
Illustrasjon: Snøhetta AS

HISTORIEN

Arbeidene med det første WTC-bygget ble satt i gang på Manhattan i 1973 og stod ferdig i 1986. Prosjektet ble ledet av Guy Tozzoli som tidlig så mulighetene til å la Manhattan-bygget gå inn i et internasjonalt nettverk av tilsvarende bygg. Arbeidet har vært bygd på "tesen" om Peace and Stability Through Trade – handel fremmer fred og stabilitet.

MULIGHETEN

WTC-etableringen skal være et uttrykk for at Stavanger-regionen insisterer på sin internasjonale senterposisjon innenfor energi – særlig etter StatoilHydro-fusjonen.

Presidenten for WTCA (World Trade Center Association), amerikaneren Guy Tozzoli, har i de innledende forhandling-

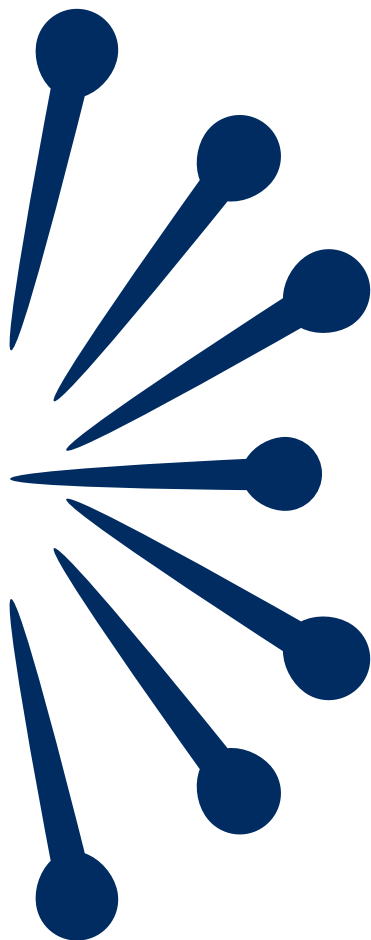
ene med Seabrokers og Næringsforeningen hevdet at organisasjonen mangler en tydelig energi-aktør – selv om Houston har sitt WTC. Vår region – med ambisjonen om å kunne framstå som Europas energihovedstad – vil slik sett kunne innta en helt sentral rolle som energipartner også i i WTCA's globale nettverk. WTCA forventer at Seabrokers kan levere byggetekniske løsninger i WTC-bygget som avspeiler regionens energi- og miljøbevissthet. Slike løsninger fins i dag i flere av Seabrokers bygg.

SAKEN

Seabrokers Eiendom AS har inngått lisensavtale med WTC om reising av det første WTC-bygget i Norge. Denne bygget på Samarbeidsavtale mellom Seabrokers Eiendom AS og WTCA som har eksklusiv verdensomspennende lisens til bruk av navnet "World Trade Center". Denne tildeles én organisasjon for hver økonomiske region. Næringsforeningens medlemmer får gjennom

Seabrokers lisens adgang til WTCA – et nettverk på 302 World Trade Centers i 92 land. Innholdet i WTC-ene varierer fra land til land – fra store kongress- og messeanlegg til fasilitetstilbud beregnet på forretningsfolk på reise. Seabrokers planlegger WTC-bygget i området der Stavanger, Sandnes og Stavanger møtes. Selskapet vil slik bidra til å styrke framveksten av et senter for service- og finansfunksjoner – i det nevnte området. WTC-bygget vil styrke det forretningsmiljøet som er skapt med de byggene Seabrokers har ført opp i området til nå.

Næringsforeningen mener at etableringen av et WTC på Forus er viktig for å utvikle et slagkraftig forretningsmiljø på Forus og for å markere vår helt sentrale funksjon som senter for norsk industris eneste globale næringsklynge – energi. Vår region sto i 2006 eksempelvis for halvparten av eksporten på rundt regnet 50 milliarder fra den norske offshore-industrien. Eksportverdien av olje og gass kommer i tillegg.



FJORD CAPITAL ASA – the real deal

Har du for mye likvide midler i banken?
Hos oss får du førsteklases investeringer
og resultater.

F.eks. East Capital Øst Europa Fond har siden oppstart 18 mars 2002 hatt
en annualisert avkastning på **43,74%** for norske investorer.

**Pr. 8 november 2007 **Historisk avkastning er ingen garanti for fremtidig avkastning*

Ta kontakt med Robert eller Terje på telefon 51 59 40 60
eller mobil 977 26 877 / 996 02 102. E-post: post@fjord.as

Kom gjerne innom for en prat om investeringer i Klubbgata 14, 2. etasje
(vis-a-vis Stavanger Aftenblad).

FJORD  CAPITAL

DANSK SKAPERGLEDE

www.dongenergy.no

EVENTYRET OM DEN STYGGE ANDUNGEN FORTSETTER PÅ DYPERE VANN.

Det var en gang... nærmere bestemt i 2000 at vi etablerte oss på norsk sokkel. I sju lange og sju breie år har vi bygd opp virksomheten vår, og vi er nå en viktig aktør i det norske oljeeventyret. Ormen Lange har begynt å produsere, og vi eier hele ti prosent av gassfeltet. Det er nok til å fylle Danmarks totale gassbehov i ti år! Ormen Lange spiller en stor rolle i vårt eget dansk-norske eventyr, og har allerede tatt oss til nye dybder. Men reisen stanser ikke der. Vi gjør nå våre første borer i jakten på sort gull, og fortsetter forvandlingen fra stygg andunge til en fullvokst, elegant svane. Det gjør vi med ekte eventyrlyst – og dansk skaperglede!

DONG
energy

H.C. Andersens eventyr
Den stygge andungen fra 1837 er ett
av mange eksempler på dansk skaperglede.



Pål Jacob Jacobsen

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

Hurtigtog for humøret

Hurtigtog er bra for miljøet – men kanskje enda viktigere er effekten den har på humøret.



I oktober satt jeg på et trangt, illeluktende fly og leste SAS-Norge magasinet. Jeg hadde da vært gjennom innsjekking, irriterende sikkerhetskontroll og noen kjedelige timer i vente på det forsinkede flyet. I magasinet kunne jeg lese en nei-til-hurtigtog artikkel fra direktøren i SAS Norge. "For miljøets skyld" het artikkelen der han tar for seg tre argumenter mot hurtigtoget - at flytrafikken ikke slipper ut mye CO2 globalt, at bygging og drift av hurtigtog er noen riktige miljøsvin og at bare flybransjen kan garantere bra service til utkant-Norge.

Foruten at disse argumentene er tvilsomme, glemte han andre aspekter med det å reise: Innemiljø, trivsel og humør.

For oss som jevnlig reiser med både hurtigtog som TGV, Eurostar og Thalys og samtidig flyr mye – så er disse argumentene like viktige.

I Europa sprer hurtigtogene seg raskt. Fra Brussel tar jeg tog til Londen på 1 time og 51 minutter og til Paris tar det 1 time og 25 minutter – til Marseille tar det 5,5 behagelige timer og også til Strasbourg og Amsterdam tar jeg med glede toget. Om jeg skal mellom Stockholm og Gøteborg er valget også lett.

Vognene går stille i opp til 300km/t – man kan arbeide i ro og fred med sin PC, lese dokumenter eller gå inn i baren og kjøpe ett glass vin, mat og en Metrobillett til Paris, om man som meg er på vei fra Brussel til Paris.

I 2010 kommer det til å finnes nesten 8.000 km med hurtigtog i Europa, hvorav bare 40 av disse er i Norge.

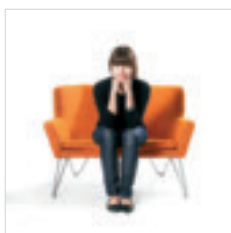
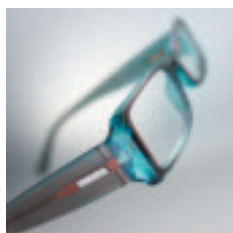
I EUs transportpolitikk er hurtigtogene den eneste virkelig suksessen, og både nasjonale og europeiske investeringer styres i denne retningen.

Da den franske presidenten Nicolas Sarkozy la fram sin miljøplan i november 2007 var det derfor fullstendig nei til nye motorveier og mer penger til hurtigtogene.

For byene i Europa er det avgjørende å komme med i dette hurtigtognettverket – hjernekraften reiser helst med tog og det er disse menneskene man konkurrerer om.

Næringslivet elsker tradisjonelt flyet, men næringslivet i Stavanger-regionen kan her gå foran for hurtigtoget – for humørets skyld.

PROFFE FOTOGRAFER



Våre fotografer har fleksibilitet og erfaring til å løse alle typer fotooppdrag, enten i vårt studio, hos kunde eller på location. Digital bildebehandling og kvalitetssikring er også en viktig del av et fotooppdrag. Kontakt oss for en uforpliktende bildeprat.

BITMAP*

Tlf. 51 84 92 30

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

REKLAMEFOTO SCANNING DIGITAL UTSKRIFT MESSEDEKOR BILDEDATABASE



INNSIKT OG UTSYN

**Forskning – en BI-sak?**

Norges nye forskningsminister Tora Aasland var nestleder i det regjeringsoppnevnte utvalget for høyere utdanning, også kjent som Mjøs-utvalget. Utvalget ga sin innstilling i 2000, og la mye av grunnen for endringene i høyere utdanning. – Aasland hadde ingen kritiske bemerkninger til BI-fisering av høyere utdanning. Det er avgjørende for henne nå at hun ikke blir «Fru Mjøs»

Professor Rune Slagstad til Klassekampen 20. okt. 2007.

Høyhastig sjelevandring

Vi tar ikke toget bare på grunn av klimaet. Også fordi sjelen rekker å holde følge med kroppen bedre på toget enn med flyet.

Leder i Morgenbladet 8. nov. 2007

Ømme tær er det nok av

Det er feil fokus å ensidig henge seg opp i størrelsen på regjeringens bidrag till Innovasjon Norge Reiselivs arbeid for markedsføring av Norge som turistnasjon. Det er langt mer relevant og interessant å spørre seg hvordan disse pengene brukes og til hvilke prosjekter og satsinger. Og er det de beste hodene som arbeider med et så viktig prosjekt som markedsføring av Norge? I Norge er vi veldig politiske korrekte, og hvis noen torgfører faglig begrunnet kritikk eller kommer med konstruktive innspill, er det mange ømme tær å trække på.

Bjørn B. Jacobsen i Kampanje oktober 2007

Feil diagnose?

Mangelen på arbeidskraft er sterkt overdrevet. Gamle organisasjonsmodeller fører til ineffektivitet. Behov for bedre ledelse og overordnet effektiviserings-strategi er nødvendig for å hente ut potensialet.

Mandag Morgen, 21. okt. 2007

The core of your business

Your competition can copy every advantage you've got – except one. That's why the world's best companies are realizing that no matter what business they're in, their real business is building leaders.

Fortune, oct. 2007

De usynlige grensene

Samfunnsforskernes rolle blir stadig tydeligere: de brukes til å legitimere det rådende samfunnsregimet. I realiteten er dette bare en tilbakevendende til samfunnsforskernes opprinnelige oppgave. For en periode, riktignok ganske kort (syv eller åtte år), kunne sosiologer, antropologer, geografer, historikere og økonomer, for ikke å snakke om filosofer, vende sin vitenskaplige virksomhet vekk fra dette oppdraget som var gitt dem. Eller i det minste trodde de at de kunne det. I det vitenskaplige så vel som i det politiske feltet, er debatten ikke lenger del av en kamp. Den skriver seg nå inn i rammen av en konsensus der mangfold – eller selv motsatte synspunkter – forutsetter en stilltiende enighet om politiske grenser som ikke skal overskrides.

Pierre Garnier, sosiolog, i Le Monde Diplomatique, oktober 2007

Globale regioner

Uansett hvor kraftig spesialiseringen er i en region, vil konkurransedyktige regioner utvikle seg bedre og raskere når de er integrert med andre ledende regioner. Slik får man flere konsepter, bedre kompetanse og nettverk. Man får de siste og beste ideer og kunnskap samt evne til å jobbe til høyeste globale standard. De har også de beste nettverk med medarbeidere og organisasjoner verden rundt.

Rasmus Falck i Minerva Online 18. oktober 2007

Brukerstyr forskningen

I stedet for å sette av milliarder til statlig investeringsfond for å kjøpe aksjer i norske bedrifter burde Regjeringen investere disse midlene i næringsrettet, brukerstyrt forskning. Regjeringen har i årets statsbudsjett bevilget 2,2 milliarder til et nytt statlig investeringsfond. NHO mener

dette er en feilprioritering av midler hvis målet er å sikre økt verdiskaping i norsk næringsliv. Norsk næringsliv trenger mer humankapital, ikke statlig finanskapital, sier administrerende direktør Finn Bergesen jr.

www.nho.no 5. oktober 2007

Flere kvinner tar doktorgrad

Nesten halvparten av dem som tar doktorgrad her i landet, er kvinner. Kvinneandelen er oppe i 47 prosent. De siste par årene har kvinneandelen ligget på omkring 40 prosent, skriver Bergens Tidende. Det er flere kvinner enn menn som tar doktorgraden på de fleste fagområder. Bare på ett område er mennene fortsatt i flertall – teknologi og matematikk/naturvitenskap. Innen teknologi er 21 prosent av doktorandene kvinner og i matematikk/naturvitenskap er kvinneandelen 29 prosent.

Hegnar Online (©NTB)

Økt forskning

StatoilHydro vil øke sin forskningsinnsats etter sammenslåingen, ikke redusere den, som fryktet. Denne konkrete nyheten ble sluppet tirsdag på Innovasjonskonferansen 2007. Morten Loktu, StatoilHydros direktør for forskning og utvikling, fikk tilfredse smil frem blant konferansedeltakerne.

www.norskindustri.no 30. okt. 2007

Når virkeligheten innhenter politikken

– Jeg tror ikke vi er politisk modne til å komme videre. Vi har ressursene, men ikke politikerne, sa Bjørn Stangeland da politikere, næringslivstopper og eksperter drøftet regionreformen på Vestlandskonferansen i går. Opphavet til regiondebatten, Johan P. Barlindhaug i distriktskommisjonen, har kommet fram til plan B etter at ideen om store folkevalgte regioner ble skutt til jorden. – Nå vil vi åpenbart få byregioner. Framover vil kommunestrukturen bli endret, og vi vil få nye former for samarbeid for å stå imot Østlandet, sa Barlindhaug, og viste til Stavanger-regionen Næringsutvikling. I Barlindhaugs framtidsbilde er det de sterke regionene rundt Stavanger og Bergen som er vinnerne, mens distriktskommuner som ikke ligger i nærheten av storbyer, vil tape.

Rogalands Avis 31. okt. 2007



Vi har historien. Nå bygger vi framtiden!

Med nær 1200 medlemmer og over 220 ildsjeler involvert i det frivillige arbeidet, er Randaberg Idrettslag en av Rogalands største frivillige barne- og ungdomsorganisasjoner. Vi har engasjement og entusiasme, trivsel og idrettsglede på alle nivåer, og arbeider daglig for å videreutvikle og forbedre breddearbeidet, trener- og spillerutviklingen, organisasjonen, det sportslige, sosiale og anleggsmessige. Vi har satt oss tøffe mål og legger ikke skjul på at vi er ambisiøse. Snart settes første spadetak på Randaberg Storhall, fotballfylkets nye storstue med god tilskuerplass og mulighet for å kunne aktivisere 150 barn til enhver tid. Deretter bygger vi nye Randaberg Stadion. Det skal stå klart til 2010, da målet er at A-laget spiller i Adecco-ligaen.

Bli en del av det! Bli samarbeidspartner!

Vi trenger dyktige, uredde entreprenører på laget som kan bidra med engasjement, kunnskap og kapital! RIL Fotballgruppen tilbyr et attraktivt program for bedrifter og enkeltpersoner som ønsker å bli støttespiller og samarbeidspartner.

Kontakt oss i dag!

Eirik W. Henningsen på 90 10 97 72 eller Thor Ove Vistnes på 90 55 57 16
tov@randaberg-fotball.no www.randaberg-fotball.no

Randaberg Idrettslag
Fotballgruppen



Klar for å skifte kurs?

Kontakt oss på tlf: 51 84 36 71!

KELLY
SERVICES

- ditt bemanningsbyrå



Vi gleder oss til 2008!

Kultur gir energi!

Se hele programmet på www.stavanger2008.no



Hovedsamarbeidspartner



du ønsker energi

- og er stresset..... utbrent.....

Individuelt eller organisasjon:

du kan få det nyeste innen stresshåndtering
- kombinert med mange års erfaring innen
mestring og arbeidsmiljø.

Helse = effektivitet = lønnsomhet

Dine muligheter:

Konsulent- og coach individuelt eller i grupper
Foredrag og kurser
Sertifiseringsutdanning

Ta kontakt med

Birthe Juhl Evertsen

birthe@kreativkommunikasjon.no

www.kreativkommunikasjon.no

Tlf.: 913 27 919



kreativ kommunikasjon



David Ottesen

Samarbeid på tvers

Lørdag den 3. november var jeg på besøk i Risavika Havn. Bedriftene som er engasjert i utbyggingen av dette gigantiske prosjektet, hadde invitert Tanangers innbyggere til informasjonsmøte. Mer enn 700 mennesker trosset regnet og stilte opp til et møte med de forskjellige bedriftene - en hyggelig samling med festlige innslag for hele familien.

Det var litt av en opplevelse. Da kampen raste omkring nedleggelsen av Shell-raffineriet og trusselen om tap av arbeidsplasser, var det få som så hva som nå er i ferd med å skje - Risavika-utbyggingen kommer til å sysselsette langt flere mennesker enn Shell-raffineriet - og et mangfold av bedrifter og aktiviteter er involvert.

Besøket ble en ubetinget positiv opplevelse hvor høydepunktet var busstur ned i det store "havnehullet", 15 meter under havoverflaten. Her vil det komme et kaianlegg som er større i kai-meter enn Vågen i Stavanger.

Det er et par grunner til at jeg benytter spalteplass for å fortelle om dette:

1. Utbygginger av denne karakter skaper nesten alltid friksjon mellom utbygger og nærmiljø. Risavika Havn gikk her beboerne i Tananger i møte, ga saklig informasjon og, tror jeg, videreutviklet dialogen på en konstruktiv måte som alle vi som jobber med næringsutvikling kan lære av.

2. I samtaler med de enkelte næringsaktørene var kommunikasjon og infrastruktur viktige tema: Det ble pekt på at området får en betydelig økning i arbeidsplasser som, koplet sammen med en betydelig boligutbygging i området, vil belaste et allerede tungt

belastet veinett. Så hvor er helhetstenkningen? Utbyggingen i Risavika er et samarbeid på tvers av flere kommuner. Likevel finnes det ikke en god og helhetlig plan for hvordan de trafikale utfordringer skal løses. Denne problemstillingen blir enda mer utfordrende når vi ser for oss godstrafikken til og fra havneanlegget, inkludert utfordringen som den nye godsterminalen i Ganddal representerer. Og da blir spørsmålet - Ser ikke beslutningstakerne konsekvensene av beslutningene de fatter? Oppfordringen blir: Utbygging er flott og riktig! Sørg for at det hele henger sammen og ikke blir en gedigen frustrasjon for alle involverte - enten de er næringsdrivende, beboere eller ansatte i området.

Næringsforeningen i Stavanger-regionen er til for medlemmene, og foreningens utvikling er helt avhengig av medlemmenes engasjement. Her forleden møtte jeg en murermester som er medlem i vår fortreffelige forening. Problemet er at han vurderer å melde seg ut! Han følte at vi som forening var for opptatt av andre ting, og ikke i tilstrekkelig grad fokuserte på håndverk og småindustri.

Foreningen er til for hele spekteret av næringsliv i regionen. Jeg skal ta denne problemstillingen med meg i mitt videre arbeid, samtidig som jeg oppfordrer alle medlemmer til å aktivt engasjere seg i foreningens agenda og utvikling.

Still opp. Kom med innspill. Du vil bli hørt!

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

Priser 2007: (størrelser angitt med BxH)

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

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

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

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

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

Frist for innlevering av materiell for neste nummer er 10. desember
Trykk: Kai Hansen Trykkeri AS



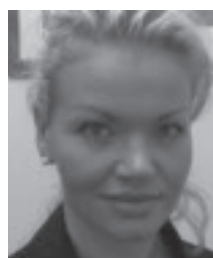
Kjetil Jacobsen

**Salgs- og markeds-
sjef i
Module System
Services AS**

**Nyansatt Salgs- og
Markedssjef i
Module System
Services AS (MSS)**

Kjetil Jacobsen er
ansatt som salgs-
og markedsjef i
Module System

Services AS i Stavanger. Han kommer fra stilling som salgs- og markedsdirektør i Tektonisk AS. MSS, som er totalleverandør av vektbesparende modul- og tilkomst-løsninger til olje- og gassindustrien internasjonalt, øker nå satsningen ytterligere gjennom ansettelsen av Jacobsen. Jacobsen har over 20 års allsidig erfaring fra bransjen og utdannelse innen el. kraft og kontraktsad-
ministrasjon fra UiS.



**Ann Kristin
Lystrup**

**Sales &
Marketing
Coordinator
Synergi
Solutions AS**

**Ny Key Account
Manager**

Ann Kristin Lystrup (29)
har startet i Synergi
Solutions AS som Sales
& Marketing Co-
ordinator. Hun kommer
fra stillingen som

Meeting & Events Coordinator i Radisson SAS Hotels, Stavanger, og før det Guest Services Manager ved Le Meridien Hotel, London. Ann Kristin har en Bachelor grad fra Oxford Brookes University innen hotell ledelse og økonomi, og har jobbet innen hotell bran-
sjen i inn- og ut- land de siste 7 år.



**Janette
Hansen**

**Prosjektleder
Melvær&Lien
Idé-entrepren-
nør**

**Vikar for prosjekt-
leder hos Idé-
entreprenørene**

Janette Hansen
Straub er ansatt som
vikar i Melvær&Lien
Idé-entreprenør for-
prosjektleder Cecilie

Ravndal som har barselpermisjon. Av utdanningsbakgrunn har Janette Hansen Straub en Master of Arts i språk fra Heriot-Watt University i Skottland. Hun er også cand. mag. fra Universitetet i Tromsø med fagkombinasjonen statsvitenskap, russisk og tysk. Hun har blant annet også arbeidserfaring som kursleder i Teraks, hvor hun jobbet med norskopplæring av fremmedspråklige i oljeindustrien.



**Reidun Irene
Bjordal**

**Prosjektleder
Melvær&Lien
Idé-entrepren-
nør**

**Ny prosjektleder til
Idé-entreprenørene**

Reidun Irene Bjordal
(30) er ansatt som ny pro-
sjektleder i Melvær&Lien
Idé-entreprenør. Hun
kommer fra reklameby-
rået Domene Fem der

hun jobbet som administrator og prosjektleder. Reidun Irene Bjordal har medievitenskap på mastergradsnivå fra Universitetet i Bergen, med fagkombinasjonen kulturvitenskap, arbeids- og organisasjonspsykologi, sosiologi og psykologi. I tillegg til erfa-
ringen fra Domene Fem har hun arbeidserfaring fra diverse kul-
tur- og servicebedrifter i Hordaland og Rogaland.



Henrik Buntz

**Designer i AL
DENTE
Reklamebyrå AS**

**Ny designer i AL
DENTE
Reklamebyrå AS**

Henrik Buntz er
ansatt som designer i
AL DENTE
Reklamebyrå AS.
Her skal han gi smart

form til smarte kommunikasjonskonsepter og bidra til at AL DENTE's kunder får grunn til å drikke mer champagne. Henrik har BA (Hons) grad i Graphic Design and Illustration fra University of Hertfordshire i England. Henrik har også gått diplom markedsføring ved BI / Norges Markedshøyskole samt Grafisk design ved Merkantil Institutt. Henrik har også vært på utplassering hos Vivid Brand i London før han fant veien til Stavanger og AL DENTE.



**Anders E.
Hansen**

**Adm.dir for
Blue Planet AS**

**Ny adm.dir for Blue
Planet AS**

Anders E. Hansen (39) er
ansatt som adm. direk-
tør i nettverksorganisa-
sjonen BluePlanet AS
som har hovedkontor i
Stavanger. Han kommer

senest fra stillingen som adm. direktør i GMC Shipping og har tid-
ligere jobbet globalt med salg og markedsføring i store selskaper
som Volvo, TNT og DHL.



Erik Lerdahl

**Innovasjons-
leder i
Fagforum for
Mat og Drikke**

**Ny innovasjonsleder i
Fagforum for Mat og
Drikke**

Dr. ing. Erik Lerdahl har
blitt ansatt som innova-
sjonsleder i Fagforum
for Mat og Drikke. Han
vil ha ansvaret for å lede

og fasilitere innovasjonsprosesser på mat, drikke og emballasje, og bidra til å få ut synergier mellom de ulike bedriftene og aktø-
rene i Matfylket. Erik Lerdahl har skrevet en doktoravhandling om
kreativitet, idéutvikling og innovasjonsprosesser ved NTNU i
Trondheim, og har undervist ved flere design- og entreprenørsko-
ler i Europa. Nylig ble Eriks bok "Slagkraft, håndbok i idéutvik-
ling" lansert (Se side 24-25).

Hva skal til for å komme først?



Foto: Pål Laukli/tinagent.com

Petter Northug, et av
Norges råeste skitalenter

Å komme fort frem handler om å spare tid og krefter. Enten du skal først over målstreken eller nå et møte i tide. Vi i SAS løser det gjennom ulike tekniske løsninger som innsjekkingsautomater, elektroniske billetter, Internett- og wap-innsjekking. Og gjennom et omfattende rutenett og hyppige avganger som gjør reisen din rask og effektiv. På den måten kan du bruke krefter på det som er viktig for deg.

Vil du vite mer om bedriftsavtale med SAS Norge, gå inn på sas.no/bedriftsportal



Scandinavian Airlines

A STAR ALLIANCE MEMBER 