

MidtPUNKT

3
09

NÆRINGSFORENINGEN I TRONDHEIM
MID-NORWAY CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY

TEMA:

Bedrifter som eksporterer



*Knut Vestbo
om eksport*



*Gunn Kari Hygen
om prosjektporteføjen*



*Tone Stav
om Kvenilåkruss*



Høsten 2009 åpner vi
hotell til deg
på flyplassen

We are opening
a hotel for you
at the airport
Autumn 2009

info.trondheim.airport@radissonblu.com

+47 90 63 75 96

radissonblu.com/hotel-trondheimairport

Radisson BLU
HOTEL, TRONDHEIM AIRPORT

Opera OLAV ENGELBREKTSSON



Ta med personale, samarbeidspartnere, kunder eller familie til en magisk opplevelse på stedet der det skjedde og

opplev midnattsopera på Steinvikholm Slott

Med tekst av Edvard Hoem, musikk av Henning Sommerro og 150 aktører på scenen gjenskapes slottsruinenes historie.

På landets vakreste operascene kan vi skilte med Den Norske Operas store baryton **Trond Halstein Moe** i tittelrollen. Vi byr også på unge trønderske sangere i starten av sin karriere inn i Europas operahus.

Premiere torsdag 6. august. Øvrige forestillinger 7., 8., 13., 14., 15. august.
Alle dager kl. 22.00.

Bestilling direkte til Operakontoret på telefon **74 82 18 66** eller post@smtopera.no
Gruppepriser - Ordinær billettpris er kr 320,-

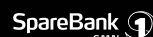
Vi kan også legge til rette for Gjestebud før forestilling. Ta kontakt for nærmere info.

Bli med over broen. Vi garanterer en uforglemmelig stund ved middelalderslottets ruiner!



Reklamehuset Stjørdal - foto: Bjørn Fuldseth, Thorbjørn Foss

Olavsgildet :





Kulturforståelse som suksessfaktor

Under overskriften internasjonalisering konsentrerer vi oss ofte om markedsutsikter og eksportmuligheter.

To faktorer som vi kanskje burde vie større oppmerksomhet, er språkferdigheter og kulturforståelse. Ikke minst er kulturforståelse undervurdert som kritisk suksessfaktor i en internasjonaliseringsprosess. "All business is human", og i møte med fremmede kulturer betyr en dypere forståelse for egen og andres væremåte mer enn avansert teknologi og polerte presentasjoner. Her har mange nordmenn mye å lære. Utlendinger betrakter oss riktignok som språkmektige. Det gjør vi selv også. Med en stadig mer globalisert verden er det imidlertid bekymringsfullt at språkfagene synes å tape terreng i skolen.

Like bekymringsfullt er det at vi nordmenn ofte forveksler gode språkkunnskaper med god kulturforståelse. Forhandlinger med utlendinger skal helst skje på den norske måten. Møtet skal starte og slutte presist. Vi skal ha en klar dagsorden med god dokumentasjon. Dagsorden er nesten hellig. Vi går rett på sak uten innledende småprat. Da er vi effektive og det blir et godt møte.

En franskmann eller en italiener ser det kanskje ikke slik. For ham er det kanskje naturlig at vi i det første møtet prater om familien og blir bedre kjent med hverandre. Så kan vi etter hvert snakke forretninger. Og hvorfor skal det være en forhåndsdefinert dagsorden? Er det for å manipulere møtet? Skal vi ikke diskutere de problemene som kommer opp under veis? Og hvorfor skal møtet være slutt kl. 16.00? Skal vi ikke holde på til vi er ferdige? Vår forhandlingspartner kan ha et helt annet kulturelt utgangspunkt enn oss. Det forstår vi ikke alltid. Hvis vår atferd etterlater usikkerhet og mistenksomhet, er kanskje kontrakten tapt.

Karrighet har historisk sett gjort oss nøysomme. Men oljerikdommen har gjort noe med selvfølelsen vår. Den har kanskje vokst raskere enn godt er. "Det er typisk norsk å være god", sa Gro Harlem Brundtland. Det hender også at vi roser utlendingers måte å gjøre det på. Da sier vi gjerne: "Dette er nesten like bra som i Norge".

Det kan gi oss en god følelse. Men det er ikke sikkert det blir så mange eksportkontrakter av det.

Berit Rian
Berit Rian
 Adm. direktør



Innhold

Skal øke eksporten – men hvordan?	4
Fra tradisjonell industri til miljøvennlig høyteknologi	6
Tar Europa med solid varemerke og rustfritt design	8
Oppkjøp gir eksportvekst	10
Produkt uten hjemmemarked	12
Forhåndsvarsling og sikkerhetsbestemmelser i handel med tredje land	13
NiT utvikler trøndersk næringsliv	14
Mulighetenes region	16
Høna og egget	18
Hekta på værmelding	20
Kreative og kulturbaserte næringer vokser	21
Nytt toplans "Kvenildkryss" etter innsats fra NiT	22
Satser på rekruttering og profilering	23
Strammer opp Martnan	24
Byen trenger ny Lade-plan	26
Nye medlemmer	27

Utgiver:

Næringsforeningen i Trondheim
 Postboks 778 Sentrum
 Telefon: 73 88 31 10 - Telefaks: 73 88 31 11
 firmapost@trondheim-chamber.no
www.trondheim-chamber.no

Redaktør:

Berit Rian

Redaksjonell produksjon:

Ragnhild Tokstad Bergsmyr i Bergsmyr AS ^{RTB}

Layout:

Guri Jermstad AS

Trykk:

Grytting AS



Opplag: 6 400

Forsidebilde: Tollvesenet

Hovedsamarbeidspartnere:



Skal øke eksporten – men hvordan?

Ambisjonene for trøndersk eksportvekst er høye. Men hva er oppskriften for å lykkes på det internasjonale markedet?



Ulike bransjer og selskaper krever ulike strategier for å lykkes på det internasjonale markedet. Fellesnevnerne er likevel kompetanse, teknologi og fokus på egen kjernevirksomhet, mener fagrådsleder Knut Vestbø og daglig leder Anne Kathrine Willumsen i Midt-Norsk Handelskammer.

– Det finnes nok ingen enkel og felles oppskrift, medgir Knut Vestbø, fagrådsleder i Midt-Norsk Handelskammer, som utgjør NiTs internasjonale avdeling. – De ulike bransjene, selskapene og markedene har særtrekk som krever ulike strategier. Likevel finnes det fellesnevnerne som øker sjansen for å lykkes.

Ser mot nye markeder

Vestbø er ikke i tvil om at det trønderske næringslivet har muligheter for å øke eksportandelen. Han viser til en forsk undersøkelse som viser at hele 60 prosent av trønderske bedrifter benytter dagens lavkonjunktur til å orientere seg mot nye markeder. Halvparten øker innsatsen innen kompetanseutvikling,

og hver tredje bedrift investerer i produktutvikling og FoU.

– Det lover godt når vi vet at de internasjonale mulighetene til trøndersk næringsliv først og fremst ligger i kompetanse, teknologi og fokus på egen kjernevirksomhet, mener Vestbø.

Look to Leksvik

Daglig leder i Midt-Norsk Handelskammer, Anne Kathrine Willumsen, har ambisjoner om at Trondheimsregionen skal få landets sterkeste eksportvekst. Hun mener regionen har mange gode eksempler på bedrifter som har lyktes internasjonalt. Miljøene i Leksvik og Verdal er to av dem.

– Produksjons- og teknologimiljøet i Leksvik er noe av det mest internasjonale vi har. Miljøet er kjent for sin brede internasjonale orientering over mange år. Dette har skapt en verdifull kompetanse- og kulturbase som alle bedriftene hver for seg, eller i samarbeid, kan bygge videre på, mener Willumsen.

– Suksessen underbygger det vi anser som en av de viktigste strategiene for økt eksport fra regionen: å overføre teknologi fra kompetansmiljøene til produkter hos industrimiljøene.

Samarbeid!

Willumsen mener mye dreier seg om å bygge nasjonale og internasjonale allianser der

aktørene utfyller hverandre med hensyn til kompetanse og produkter.

Hun får støtte av Vestbø: – Vi er gode på samhandling generelt, men vi kan bli langt bedre på samhandling innen internasjonale aktiviteter spesielt, mener han.

Han viser til vellykkede klyngesamarbeid, blant annet Arena-prosjektene MedITNor og Teknologi akvARENA (se artikkel side 14-15, red. anm.). Her har trønderske leverandører, kunder og FoU-miljøer gått sammen om å skape sterke, internasjonale leverandørmiljøer. – Det er en viktig nøkkel til å øke eksportandelen, påpeker Vestbø.

Nye nisjer

Markedene endrer seg stadig. Det er ikke sikkert at gårldagens produkter er lønnsomme i dag. – Evne og vilje til omstilling er helt nødvendig, uansett hva du driver med, også innenfor eksport til internasjonale markeder. Det handler om å satse på de konkurransefortrinnene du har, mener Vestbø.

Storebror

Andre trønderske bedrifter lever godt som del av internasjonale konsern. Her får de tilgang til et stort markeds- og salgssapparat, og til evne og vilje til å investere i kompetanse- og produktutvikling. Men også disse selskapene har ofte tett samarbeid med lokale underleverandører.

– Internasjonale allianser er gull verdt. Partnere som utnytter og utfyller hverandres styrker, øker alltid sjansen til å lykkes. Ikke minst når det gir tilgang til et internasjonalt marked, mener Vestbø. – For bedrifter som ikke har en naturlig internasjonal storebror, eller som ikke ønsker å selge ut virksomheten, kan regionale allianser være en vei å gå.

De hederlige unntakene

Han vet imidlertid at det finnes alternative veier til eksport-markedene. Flere trønderske bedrifter, spesielt innen teknologi, har funnet veien til det internasjonale markedet uten nevneverdig lokalt samarbeid.

– Det gjelder helst bedrifter som opererer innen smale nisjer der produktet er så godt som enerådende. Det krever stor evne til å bygge et solid nettverk av kunder og samarbeidspartnere, mener Vestbø.

RTB

FAKTA

Ulike veier til økt eksport

Midt-Norsk Handelskammer mener det finnes tre hovedveier til det internasjonale markedet:

1. Internasjonalt partnerskap.
2. Regionale og nasjonale industriklynger og/eller allianser, der bedrifter og FoU-miljøer samhandler.
3. Omstilling, produktutvikling og innovasjon tilpasset nye, internasjonale markeder.

Optimisme i trønderske bedrifter

- 60 prosent oppgir at finanskrisen har ført til at de orienterer seg mot nye markeder.
- Hver tredje øker fokuset på produktutvikling og FoU, med særlig høy andel innen industri.
- Nesten halvparten oppgir at de benytter lavkonjunkturen til å øke innsatsen på kompetanseutvikling.
- Svært få oppgir at lavkonjunkturen fører til at kompetansebudsjettet kuttes og at inntaket av lærlinger reduseres.

Kilde: Asplan Viak AS/Arena Trøndelag, april 2009

Møteplassen

Fredagsforum: Hver fredag i Royal Garden Hotel klokken 11.30 til 12.30.

- 9. juni:** Hvordan påvirker finanskrisen næringslivet og kulturlivets sponsorarbeid? – Frokostmøte med Fagråd Kultur og Kreative Næringer.
- 10. juni:** Trondheim slik turistene opplever den. Frokostmøte med Fagråd Reiseliv.
- 10. juni:** Sommertreff på Sandmoen – Kreativitet, nyskapning og engasjement.
- 11. juni:** NiTs sommerfest. Kun for medlemmer.
- 12. juni:** Fredagsforum – VM i orientering i Trondheim 2010 – Spektakulært, urbant og synlig.
- 18. juni:** En smak av sommerviner.
- 19. juni:** Fredagsforum – Rett avfallsbehandling reduserer kostnader og øker konkurransekraften i dagens miljøfokuserte marked.

**22. september:
Manifestasjon 2009**
Sett av datoen allerede nå.
Påmelding og nærmere
info kommer.

Følg med på www.trondheim-chamber.no

Washington Mills skiftet ut produksjonsutstyr og marked:

Fra tradisjonell industri til miljøvennlig høyteknologi

Da Washington Mills så at de ble utkonkurrert på de tradisjonelle markedene for silisiumkarbid, startet de en storstilt omstilling. I dag er høyteknologimiljøer i bilindustrien og solenergibransjen de viktigste kundegruppene.

Normalt kjører 16 trailere fullastet med silisiumkarbid ut fra fabrikkområdet på Orkanger hver uke. Nå er antallet redusert til 12. Krisen i bilindustrien har slått inn over Washington Mills AS.

Raske endringer

Administrerende direktør Ole Johan Svorkdal er likevel ikke altfor pessimistisk. Han er vant til raske skifter. – Vi jobber på tre til fem års sikt. Lenger går det ikke an å planlegge – til det endrer verden seg altfor raskt, sier Svorkdal og oppsummerer:

– I 1990 var teknologien med bruk av silisiumkarbid til solcelleproduksjon knapt nok oppfunnet. I 1998 startet vi produksjonen av silisiumkarbid til denne industrien. I 2000 tok dette markedet av både i Norge og i resten av verden.

– I 2000 var dieselpartikkelfilter en ny oppfinnelse til bruk i dieserbiler. I 2001 startet vi produksjon til denne industrien, og i dag er vi en viktig leverandør til fabrikker i Danmark, Ungarn og Polen, som produserer dieselpartikkelfilter til alle dieserbiler på markedet.

Høyteknologi

– Vi er rede til å gå inn i helt nye segmenter, hvis det blir nødvendig, mener Svorkdal. Han betegner omstillingen som et skifte fra et marked med tradisjonell industri til et utpreget høyteknologisegment.

For ti år siden leverte Washington Mills – den gang Orkla Exolon – silisiumkarbid til alt fra slipeskiver til smelteovner. De opererte i et marked med mange konkurrenter, også i lavkostland, og innså

at slaget var tapt om de ikke fant nye markeder og nisjer. Med god hjelp fra Sintef startet de en teknologitvilling som tok dem inn i to helt nye nisjer. Forspranget ga dem en enestående posisjon som de har klart å beholde. Men det krevde vilje, fokus og store investeringer.

Satsingsvillig eier

Da den nye eieren, konsernet Washington Mills, kom på banen, så de raskt mulighetene i miljøet på Orkanger. De finansierte en helt ny produksjonslinje og en fullstendig utskifting av en gammel produksjonslinje som begge leverer til bilindustrien.

– Vi bygde en ny fabrikk samtidig som vi skiftet ut all innmaten i den ene fabrikkhallen. Det kostet over 300 millioner kroner, men både vi og eierne hadde tro



Lageret er fullt. Krisen i bilindustrien har redusert salget med 20 prosent, men Washington Mills-direktøren tror på bedre tider. På trucken sitter Arnt Frode Karlsen.

FAKTA

Washington Mills AS

- produserer silisiumkarbid, hovedsakelig til bruk i dieselpartikkelfilter i bilindustrien og til saging av tynne silisiumskiver til solceller
- har gjennomgått en omfattende omstilling fra tradisjonelle industrimarkeder til høyteknologiindustri
- omsetning økt fra ca 120-130 mill kroner pr år frem til år 2003 opp til 500 mill. kroner i 2008 og selskapet har hatt gode resultater de siste årene.
- har fabrikk med 140 ansatte på Orkanger
- eies av det amerikanske konsernet Washington Mills, som er verdensledende på mineraler til slipeutstyr og smelteovner

på markedet, sier Svorkdal, som betegner det amerikanske eierkonsernet som profesjonelt, interessert, industrielt og kunnskapsrikt, og med evne og vilje til å satse. Konsernet leverer beslektede produkter, men i andre markeder.

Sterk posisjon

Svorkdal legger ikke skjul på at finanskrisen tærer. Foreløpig har han måttet kvitte seg med alle midlertidige ansatte. Han håper han slipper å permittere noen av de 140 fast ansatte. – Det finnes trusler overalt, og vi regner med nye omstillinger. I bilindustrien banker elbilene på døra. Men så lenge det produseres dieslbiler og hybridbiler, må de ha partikkelfilter. Og vi er en viktig leverandør av det helt nødvendige filtermaterialet, sier Svorkdal.



RTB

Washington Mills på Orkanger leverer silisiumkarbid til alle dieselpartikkelfilter som blir produsert. Her viser administrerende direktør Ole Johan Svorkdal frem det ferdige filteret som også sitter i hans egen BMW.

Trondheim Engineering leverer ressurser og tjenester innenfor Petrokjemiske anlegg og Offshore installasjoner



Fagområder

- Prosjektledelse
- Layout koordinering
- Elektro / Automasjon / Automatikk
- Sertifisert Installasjonsinspektør Id. nr : EI 2880
- Prosess Instrumentering
- Testing av kontroll systemer (SAS)
- Mechanical Completion / Commissioning
- SIL analyser
- Brann & Gass
- Telekom
- Innkjøpsspesifisering og oppfølging
- Teknisk tegning (DAK 2D /3D)
- Instrumentteknikere
- Instrumentrørleggere

Se WWW.TRENG.NO for mer utfyllende informasjon





Intras markedsdirektør Tryggve Skogrand forventer at kjøkkenvaskerierne Frame blir et gjennombrudd for Intra på det europeiske kjøkkenvaskemarkedet. Bak til venstre henger Millinox – en prisbelønnet serie sanitærutstyr for offentlige miljøer, som produseres på Storsand.

Intra får betalt for produktutvikling:

Tar Europa med solid varemerke og rustfritt design

– Jeg tror Intra står foran et eventyr, smiler markedsdirektør Tryggve Skogrand. Den målrettede satsingen på design og varemerke tar Intra nye steg ut i Europa.

I 2007 ble Intra kjøpt av Teka, en av Europas største kjøkkenvaskprodusenter med hele verden som marked. Ifølge den nye eieren er Malvik-bedriften intet mindre enn konsernets designspiss på kjøkkenvaskemarkedet.

Storproduksjon på Storsand

– Artig, smiler markedsdirektøren. – De kjøpte oss for å få tilgang til det skandinaviske markedet, hvor vi er markedsleder. Til gjengjeld får vi tilgang til nye europeiske markeder. Det blir også viktig for satsningen på sanitærutstyr i rustfritt stål for offentlige miljøer, som er det største produktområdet for produksjonsbedriften på Storsand.

Han viser til serien Millinox med servanter, såpe- og papirdispensere og annet tilbehør for offentlige toalettrom. Alt i elegant rustfritt stål med buede former, og alt produsert i fabrikken på Storsand. Serien ble utviklet til den norske paviljongen på verdensutstillingen i Hanover i 2000. Samme år mottok serien Norsk Designråds utmerkelse «Merket for god design».

Selve toalettet leveres av Teka, og er et godt eksempel på at konserntilhørigheten gir nye samarbeidsmuligheter.

Løftet seg med design

Den knallharde vektleggingen av design og brand har vært en bevisst satsing siden 80-tallet, da både Intra og de aller fleste konkurrentene ennå befant seg i det enorme mellomsjiktet på markedet.

– Nesten hele bransjen hadde produkter midt på treet, uten spesielle konkurransefortrinn på verken pris eller kvalitet. På slutten av 90-tallet begynte mellomsegmentet å krympe, mens billig- og høyprissegmentene vokste. Vi hadde ikke mulighet til å konkurrere med billige asiatiske produkter på pris. Skulle vi overleve som norsk og nordisk

Oppkjøp gir eksportvekst

Den vesle Tydals-bedriften Micro-control så etter nye markeder og større muligheter for eksport av sin egenutviklede fjernstyringsteknologi. Det internasjonale konsernet Cavotec manglet det internasjonalt ypperste av teknologi for fjernstyring. I dag lever de godt sammen.



Cavotec Micro-control er blant verdens ledende på fjernstyringsløsninger til gruvedrift, offshore, havn og industri. – Konserntilhørigheten har gitt oss nye markeder og utviklingsmuligheter, mener salgssjef Morten Bjerkholt (til høyre) og administrerende direktør Geir Paulsen (i midten). Til venstre montør Kjetil Kulsetås.

Cavotec Micro-control er i ferd med å vokse ut av lokalene på Tangen på Stjørdal. I løpet av 2010 er planene å flytte virksomheten til et nytt bygg som konsernet bygger et steinkast unna.

Rom for utvikling

– Siden Cavotec ble eeneier i 2004 har vi fått mulighet til å videreutvikle teknologien, forteller administrerende direktør Geir Paulsen og salgssjef Morten Bjerkholt. Det har innebåret mindre fokus på kortsiktig resultat og mer på utvikling for å nå konsernets mål om å bli en av verdens ledende leverandører av fjernstyringsløsninger. De siste årene har Cavotec Micro-control lansert rundt ett nytt produkt hvert år.

Det har vært gull verdt. I dag er eksportandelen rundt 40 prosent, men den skal bli større. – På sikt er konsernets mål at vi blir blant verdens 3 – 4 største på vårt område. Nå har vi hatt et par år med konsolidering,

og fremover blir det større krav til å levere resultater. Det står vi godt rustet til.

Internasjonalt salgsapparat

På 80-tallet utviklet Micro-control fjernstyringsenheter til silotaljer i landbruket. Men markedet ble for smått og sårbart, og snart kastet selskapet blikket mot industri og maritim virksomhet. I dag leverer selskapet fjernstyringsløsninger til vinsjer, kraner og materialtransport på havner, i gruver, i industri og offshore.

Samarbeidet med det internasjonale konsernet – og konkurrenten – Cavotec startet i 2001. – De ble oppmerksomme på at vi hadde bedre teknologiske løsninger enn dem, mens vi på vår side hadde behov for muskler til å øke eksporten. De startet samarbeidet med oss under mottoet «if you can't beat them, join them». Dermed fikk vi tilgang til et internasjonalt salgsapparat vi selv ikke hadde mulighet til å etablere, forteller Paulsen.

Kompetanse og sikkerhet

Det meste av produktporteføljen består av avanserte og spesialtilpassede fjernstyringsenheter som blir produsert i Norge og Tyskland. Enkle standardprodukter blir produsert på Taiwan. – Her på huset har vi høy ingeniørkompetanse som er god på å produsere små, krevende serier. Det er også den tyske fabrikken, som i tillegg ligger nært det europeiske markedet, og dermed kan levere enda raskere.

– Fire stikkord skal prege all virksomheten i konsernet: Kvalitet, sikkerhet, teknologi og fleksibilitet. Offshore- og gruvevirksomhet har spesielt strenge krav til utstyr, og vi bruker mye ressurser på å sikre at alt vi utvikler, tilfredsstillende internasjonale godkjenninger og krav, sier Bjerkholt.

Kunden raskeste vei

Det aller meste av nyutviklingen skjer i samarbeid med kunder med spesielle ønsker, rett og slett fordi det er den raskeste veien til det internasjonale markedet. Nå er selskapet i gang med å utvikle en løsning for videoovervåking av arbeidsområdet. Bildene overføres trådløst til et display på fjernstyringsenheden. – Det passer godt inn i fokuset på sikkerhet og kvalitet, mener han.

RTB

FAKTA

Cavotec Micro-control

- ble etablert i 1984, og er del av den internasjonale industrigruppen Cavotec
- produserer industriell radiofjernstyring til kraner, vinsjer og maskiner i offshore og maritim sektor, gruvedrift, jernbane og prosessindustri
- har hovedkontor og produksjon i Stjørdal, samt produksjonslokaler i Tyskland og Taiwan
- hadde eksportandel på 40 prosent og omsetning på 78 millioner kroner i 2008
- eksporterer til Sverige, Australia, Kina, Singapore, Tyskland, Frankrike, Storbritannia og USA

KOBLER SØR-TRØNDELAG TIL RESTEN AV VERDEN

I 1950 var halvparten av innbyggerne i Midt-Norge uten strøm. Da bygde vi ut strømmettet. Vi satset på vindkraft allerede i 1986 og rundt 2000, mens folk enda var opptatt av å bytte fra ISDN til bredbånd, begynte vi å legge fiberkabler. I dag gir vi stadig flere trøndere lys, varme og et av landets raskeste bredbåndsnett – samtidig som vi tenker på fornybar energi og morgendagens utfordringer for landsdelen.

 **TrønderEnergi**
tronderenergi.no



Devico takker nei til oppkjøp:

Produkt uten hjemmemarked

Devico er fortsatt alene om sin teknologi for retningsstyrt kjerneboring. – Vi tilhører et fagmiljø og marked som nesten ikke finnes i Norge, men vi lever godt alene, sier administrerende leder Espen Brandslet og gründer Viktor Tokle. 90 prosent av markedet ligger utenfor Norge.

Teknologiselskapet Devico har boret trasé for el-kabler under skyskraperne i Hong Kong, redusert borekostnadene i canadiske gullgruver med opptil 85 prosent, og prøveboret for høyhastighetsbanen som utgjør kjernen i Japans jernbanenett.

Tvunget ut av Norge

Da Viktor Tokle etablerte selskapet i 1988, planla han å revolusjonere norsk gruveindustri. Men timingen viste seg å være dårlig. – De økonomiske nedgangstidene førte til at hjemmemarkedet klappet sammen. Dermed måtte vi gå nærmest rett ut i det internasjonale markedet, forteller Tokle.

Det lyktes de etter hvert svært godt med. Fra lokalene på Melhus har selskapet bygd sitt eget salg- og kompetansenettverk over hele kloden. Herfra avtaler de boreprosjektering og tunnelboring og selger måleinstrumenter til alle typer landbasert borevirksomhet innen tunnelbygging og gruedrift.

Nei takk til oppkjøp

For et par år siden banket en internasjonal utstyrsleverandør innen anleggs- og gruedrift på døra. Men da Devico la frem fremtidsprognosene sammen med årsregnskapet for 2007, innså oppkjøperen at den vesle Melhus-bedriften ble for dyr. Fra 2006 til 2007 tredoblet Devico omsetningen fra 11 til 33 millioner kroner, og hadde en resultatgrad på over 40 prosent.

– Markedspotensialet er enormt, og vi er lite lystne på å selge ut mulighetene som ligger i de unike boreløsningene våre, medgir hovedaksjonær i bedriften, Viktor Tokle.

Salgsapparat på sølvfat

En av de store utfordringene ved å stå alene har vært å finne solide og gode markeds partnere. Høsten 2008 ble løsningen servert på sølvfat: Den største konkurrenten innen måleinstrumenter la ned det ene av to parallelle datterselskaper, og sa samtidig opp avtalene med salgsgenter over hele verden.

– For oss var det bare å plukke opp et fiks ferdig nettverk av supermotiverte salgsgenter, forteller Brandslet. – En av de nye selgerne formidlet den første ordren allerede i januar. Det er lov å ha flaks...

Det siste året har finanskrisen likevel ført til skrinlagte prosjekteringsplaner, avlyste salgsgenter og uteblitte leieinntekter. I fjor omsatte selskapet for 35 millioner kroner, og forventer omtrent det samme i år. På grunn av finanskrisen har den store veksten fra 2007 uteblitt, men det gir tid og rom for å forberede seg på bedre tider. For de kommer, mener Brandslet og Tokle.

Ruster opp for bedre tider

De har benyttet pusterommet til å utvide verkstedlokalene med 160 kvadratmeter, fylt opp lageret, fått på plass det nye salgsgenter og investert i en ny kalibreringsjigg som korter ned produksjonstiden og forbedrer nøyaktigheten på måleinstrumentene.

– På en messe i England hørte jeg en konkurrent love å levere en instrumenteringspakke på fire uker. Jeg kunne ikke dy meg, og fortalte den potensielle kunden at vi kunne levere det samme utstyret allerede neste dag. Gjett hvem som fikk ordren?

RTB



I de nye lokalene har Devico etablert et testrør der feltingenører, agenter og kunder kan bli kurset i å bruke måleutstyret. Rørene som stikker ut fra veggen, rekker flere hundre meter bortover jorden utenfor. Viktor Tokle (til venstre) og Espen Brandslet demonstrerer utstyret.

FAKTA

Devico AS

- har utviklet en unik teknologi for retningsstyrt kjerneboring der boret programmeres og styres underveis i boreprosessen, og dermed øker treffsikkerheten og reduserer kostnadene
- prosjekterer og utfører boreoppdrag basert på teknologien. Driver også salg av måleutstyr for borehull
- har salgsnettverk og kunder i alle verdensdeler
- har 90 % eksport, og leverer dessuten utstyr til de fleste norske boretelskaper
- har hovedkontor med ti ansatte på Melhus
- har avdelingskontorer med 20 ansatte i Hong Kong, Bulgaria, Sør-Afrika, Brasil og Canada

Forhåndsvarsling og sikkerhetsbestemmelser i handel med tredje land

Fra 1. juli 2009 skal all vareførsel til og fra tredjeland forhåndsvarsles til tollmyndighetene. Ordningen vil få betydning for norske næringsdrivende som har handel med tredjeland utenfor EU-området. Omtrent 20 prosent av handelen til og fra Norge vil bli berørt av kravene til forhåndsvarsling og sikkerhet.

Hva er Authorised Economic Operator (AEO) og forhåndsvarsling?

Hensikten med ordningen er å øke sikkerheten i leveransekjeden av varer i internasjonal handel. Økt sikkerhet i varehandelen vil redusere faren for terrorhandlinger eller lignende trusler. Forhåndsvarsling vil gi tollvesenet bedre mulighet for risikovurderinger.

Norske næringsdrivende kan søke om å bli AEO-autorisert for å skaffe seg lettelse i vareflyten. En slik autorisasjon innebærer bl.a. at den næringsdrivende skal oppfylle bestemte kvalitetskrav til sikkerheten i vareførselen. Alle som er involvert i vareflyten fra eksportører til importører via

transportører, speditører og lagerholdere bør vurdere om de bør søke om å bli AEO-autorisert. Den norske AEO-sertifiseringen vil bygge på de samme kravene som gjelder i EU.

AEO-sertifisering gir godt renommé som handelspartner

En AEO-sertifisering indikerer god kvalitet og sikkerhet i vareførselen for tollmyndighetene og handelspartnere, hvilket vil kunne innebære et konkurransefortrinn som foretrukket handelspartner. AEO-autorisert virksomhet vil oppnå visse fordeler ved grensepassering som bl.a. redusert krav til informasjon i forhåndsvarslingen før grensepassering. For virksomheter hvor hurtig levering er kritisk, kan en AEO-sertifisering dermed være av avgjørende betydning. En AEO-sertifisering vil bl.a. gi fordeler som færre tollkontroller og mulighet til å påvirke hvor en eventuell kontroll kan gjennomføres.

Hva kan KPMG bistå med?

KPMG har med sine kontorer i hele verden en unik mulighet til å dra nytte av erfaringer



FOTO: GRY KARIN STIMO

med innføring av AEO i EU, og lignende regelverk i andre verdensdeler. Vi kan tilby ekspertise innenfor alle de områdene som blir berørt av en AEO-søknad, og våre eksperter vil gjerne bistå din virksomhet med å få et så bra utgangspunkt i markedet som mulig.

Når behovet for AEO-autoriseringen foreligger, kan vi bistå med hele prosessen fra intern gjennomgang til godkjenning av søknaden.

Av advokat Torkil Kvithyll
KPMG LAW ADVOKATFIRMA DA

tak **HØYDE**

vid **SYN**

kortreist mat i godt selskap

KURS & KONFERANSE

– når resultatet av møtet teller

- 2-80 pers.
- Aktiviteter i frisk luft
- Fri parkering

Tlf: 72 56 51 10
www.sansogsamling.no

Lian RESTAURANT
20 min med trikk eller bil fra sentrum!

NiT utvikler trøndersk næringsliv



Gjennom åtte ulike næringsprogram utvikler NiTs fagråd produkter, kompetanse og internasjonalt marked i utvalgte næringsklynger. Det gjør NiT til regionens største næringsutviklingsaktør.

Hvorfor alle disse prosjektene, Gunn Kari Hygen?

– Tidligere var næringsutviklingsarbeidet preget av mange rapporter skrevet for hylla, og svak næringslivsdeltakelse. NiTs mange fagråd ga en unik mulighet til å snu på dette, og det er en glede å konstatere at fagrådene har tatt hansken.

– I dag er NiT ansvarlig for et næringsutviklingsprogram der næringslivet selv dekker innsats for 8–9 millioner kroner, og myndighetene, i første rekke Innovasjon Norge, dekker innsats for 5–6 millioner bare i 2009.

– Fagrådsarbeidet blir enda mer attraktivt når vi har konkrete prosjekter, sier Hygen, som mener næringsutvikling må ha utgangspunkt i næringslivet selv. – All ære til de grepene myndighetene gjør. Erfaringen viser likevel at utviklingen i hovedsak må initieres og styres av næringslivet selv for å lykkes.

Hva bør offentlige aktører bidra med?

– I prosjektsammenheng er Innovasjon Norge, både regionalt og sentralt, et glimrende eksempel på en offentlig aktør som er krevende og kompetent, og som ikke gir prosjektfinansiering før problemstillingen er god nok og innsatsen fra næringslivet selv stor nok. Det er positivt, mener Hygen.

– Kravene sikrer grundige forprosjekt. Forprosjektene viser om samarbeidet fortje-

ner å bli et hovedprosjekt som skal gå over flere år. Det krever tydelige og omforente problemstillinger, og sikrer prosjekter som er godt forankret i bedriftene. Slik øker sjansen for at prosjektet gir vekst og verdiskaping.

Men Hygen er også imponert over hvordan fagrådene i NiT har tatt tak i og skaper sterke klynger gjennom prosjektene, ikke minst på grunn av stort engasjement og høy kompetanse i styrer og prosjektledelse. Og dette er ifølge henne bare begynnelsen.

Hvilken kompetanse bygger prosjektene på?

– Alt vi gjør, er analyse- og forskningsbasert. I forprosjektene bruker vi den nyeste kunnskapen som er tilgjengelig, for at arbeidet skal bygge på riktige forutsetninger. I tillegg er NTNU og SINTEF inne i så godt som alle prosjekter og prosjektstyrer med blant annet spisskompetanse, prosjekterfaring og viktige internasjonale kontakter.

Ifølge Hygen er det imidlertid like viktig at bedriftene selv deltar med sin kompetanse og spesialister. Derigjennom skaper vi sterke kompetansemiljøer på tvers av klyngen.

Hvilke konkrete resultater fører prosjektene til?

– Hovedmålet er nettopp at prosjektene skal gi konkrete og målbare resultater. Ta for

eksempel prosjektet Trimmet bygging under fagråd Bygg og Anlegg. Dette har demonstrert mer effektivitet og høyere kvalitet gjennom smartere planlegging og bedre byggeprosesser (se egen sak, red.anm.).

Hygen trekker også fram Teknologi akvARENA som et godt eksempel på et prosjekt som utvikler bedre produkter og tjenester med internasjonal konkurransekraft med utgangspunkt i kompetente bedrifter, NTNU og SINTEF, krevende kunder og et solid forprosjekt.

– Nesten alle prosjektene retter seg mot internasjonale markeder. Utgangspunktet er likevel sterke hjemmemarkeder der krevende kunder bidrar til innovasjon. MedITNor var i utgangspunktet et trøndersk initiativ, men har ekspandert nasjonalt. Programmet er i første rekke rettet mot å få norsk helseteknologi ut i verden.

Hvilke nye prosjekter er på trappene?

– Vi har flere planer. Forprosjekt Deep Sea Society er ferdig 11. juni med en kraftfull søknad til hovedprosjekt. Et prosjekt om handelsbyen er under oppstart. Vi er også klare til å sette i gang prosjekter innen fornybar energi. Der har vi både bedrifter og kompetanse, men lider under myndighetenes vinglete politikk. Vi trenger forutsigbarhet i markedsplassen for å kunne satse, fastslår Hygen. Et økende marked nær oss er viktig.

RTB

«Alle NiT-prosjektene er forskningsbaserte.»

«De som vil noe, må være med i NiTs næringsutviklingsprosjekter. Dette er ikke gutteklubber – dette er handlekraft!»



FAKTA

Næringsprosjektene til NiT skal

- bygge på reelle utfordringer i bedriftene og klyngene
- utfordre klyngene til å se muligheter
- bygge på grundige analyser og dokumentasjon
- utgjøre gode møteplasser
- stimulere til samarbeid og erfaringsutveksling
- føre til næringsutvikling og verdiskaping

Flere av prosjektene er Arenaprosjekter gjennom Innovasjon Norge, og går over flere år. Arena-programmets mål er å øke verdiskapingen i regionale næringsmiljøer gjennom sterke bransjerettete nettverk som sammen kan danne velutviklede kompetansmiljøer.

FOTO: STEINAR JOHANSEN, MIDT-NORSK HAVBRUK AS

NiTs næringsutviklingsprogram 2009

Teknologi akvARENA

Styringsgruppeleder: Idar Schei, AquaOptima AS
Prosjektleder: Trude Olafsen, SINTEF Fiskeri og havbruk

Teknologi akvARENA er en klynge av teknologiprodusenter, kunnskapsmiljø, organisasjoner og havbruksselskaper i Trøndelag, som skal bidra til å utvikle et verdensledende kompetansmiljø for oppdrettsteknologi. Klyngen har hovedfokus på utvikling og bruk av teknologi innen oppdrettsbransjen.
Prosjektperiode: 2008–2009

MedITNor

Styringsgruppeleder: Aasmund Frøseth, Acando AS
Prosjektleder: Roald Bergstrøm, KITH AS

MedITNor er et nettverk av norske MedTech- og IKT-bedrifter som gjennom felles aktiviteter og tiltak, og i samspill med relevante kompetansmiljøer, arbeider for at norske bedrifter skal vokse og satse internasjonalt innen IKT for helsesektoren. Prosjektet startet som et regionalt initiativ i Midt-Norge, men er blitt en nasjonal satsning.
Prosjektperiode: 2007–2009

Trådløs framtid

Styringsgruppeleder: Dag Sjong, egen bedrift
Prosjektleder: Hallvar Gislås, NiT

Trådløs framtid skal bidra til å gjøre leverandørene innen trådløs teknologi i Norge konkurransekraftige internasjonalt, og øke forståelsen for gevinstene som kan oppnås ved bruk av trådløse løsninger i samfunnet. Prosjektet er et landsdekkende nettverk med over 150 deltakende aktører og aktiviteter i Trøndelag, Oslo og Agder. I Trøndelag har over tusen arbeidsplasser utgangspunkt i denne teknologien.
Prosjektperiode: 2007–2009

Studentmobilitet

Styringsgruppeleder: Ketil Kjeldsberg, Adecco AS
Prosjektleder: Torgeir Søltnes, NiT

Målet med prosjektet er å kartlegge nye medtoder og arenaer for kobling mellom studenter ved HIST og næringslivet.

Deep Sea Society, forprosjekt

Styringsgruppeleder: Lars E. Mathisen, Sicom
Prosjektleder: Torkel Fyrvik, AXESS AS

Deep Sea Society er et bransjenettverk for leverandører av teknologi til Norskehavet, med basis i Midt-Norge. I 2014 skal nettverket ha gitt bransjen en omsetning på 18 mrd kroner, 9 000 ansatte og et internasjonalt kraftsentrum innen undervanns utbygging, utvinning og operasjoner.
Forprosjekt for søknad om hovedprosjekt er i gang.

Trimmet bygging

Styringsgruppeleder: Morten Christensen, Teknobbygg Konsern AS
Prosjektleder: Endre Grimsmo, COWI AS

Trimmet Bygging skal optimalisere produksjonen for alle parter i byggeprosjekter. Modellen skal effektivisere framdriften, redusere avvikene, styrke kvaliteten, og samtidig øke mulighetene for inntjening, ikke minst gjennom enklere planlegging, bedre samhandling og beslutningsprosesser på lavere nivå i organisasjonen.
Prosjektperiode: 2008–2009

GRO

Styringsgruppeleder: Berit Rian, NiT
Prosjektleder: Åse Straume, KPMG

GRO Trøndelag er en møteplass for kvinnelige ledere, og skal bidra til å øke andelen kvinner på de arenaer beslutninger taes og fremtiden skapes. Deltakelse i nettverket skal gi nye kunder, nye partnere, nye ideer, tilgang på nye markeder, nye forretningsforbindelser og nye karrieremuligheter.

Mulighetenes region

Landets mest attraktive storbyregion

+ Ung og høyt utdannet befolkning

+ Stor satsing og høy sysselsetting innen FoU

= Mulighetenes region

Første delprosjekt bekrefter eksisterende kunnskap og antakelser, men gir også interessante nyanser. Slik oppsummerer prosjektleder og direktør i Næringsforeningen i Trondheim, Berit Rian, den første delen av arbeidet med Strategisk Næringsplan for Trondheimsregionen. Den har resultert i en omforent næringslivsstatus som skal ligge til grunn for det videre arbeidet.

Ung og attraktiv

– Det viser seg at Trondheim har størst netto tilflytting av alle storbyregionene. Vi har også en god vekst i antall arbeidsplasser, og skårer høyt på attraktivitetsbarometeret. I tillegg har vi en ung befolkning – Trondheimsregionen har en høyere andel mellom 20 og 35 år enn de andre storbyregionene, påpeker Rian.

Gullgruve

Hun legger til at statusbetraktningen trekker frem de sterke utdannings- og FoU-miljøene i regionen som en unik styrke. – Nærheten til NTNU, HiST, Sintef og andre tunge FoU-miljøer framstår som en gullgruve vi kan få langt mer utav.



Fra workshopen i delprosjekt 2, som ble holdt 15. mai. Foran Berit Rian. Bak sitter Line Vaarum, Otium Sanserom og Berit Kjeldsberg, Kjeldsberg AS.

Likevel er ikke regionen best i verdiskapingsklassen. Vi ligger nemlig bare på fjerdeplass blant storbyregionene med tanke på økonomisk verdiskaping. Vi har også en mindre del av brutto nasjonalprodukt (BNP) enn befolkningen skulle tilsi.

Og så, da?

– Vi er ikke best i verdiskaping i dag, men hvis vi greier å kapitalisere på de klare fortrinnene vi har i regionen, har vi alle

muligheter til å få det til, mener Rian. I likhet med næringslivet, FoU-miljøene og myndighetene i de elleve kommunene som samarbeider om næringsplanen, er hun utålmodig etter å komme videre i arbeidet.

Må utnytte mulighetene

– Vi kan trygt slå fast at vi er mulighetenes region. Disse mulighetene må vi utnytte i næringsutviklingen, oppsummerer Rian.

Statusbeskrivelsen bygger på ny statistikk og ferske undersøkelser. Ved å sammenstille tallene på nye måter er det kommet frem nyanser som bedre enn før beskriver næringslivets status i Trondheimsregionen. Også det videre arbeidet legger vekt på ny kunnskap. RTB

FAKTA

Strategisk Næringsplan for Trondheimsregionen

- Elleve kommuner i samarbeidsforumet "Trondheimsregionen" har vedtatt å utarbeide en felles strategisk næringsplan for Trondheimsregionen. Planarbeidet skal gjennomføres i 2009, og planen skal gjelde fra 2010 til 2020.
- De elleve kommunene er Trondheim, Stjørdal, Selbu, Orkdal, Melhus, Malvik, Skaun, Klæbu, Midtre Gauldal, Rissa og Leksvik.
- Formålet med planen er å legge grunnlag for felles satsinger og samarbeidsprosjekter i årene fremover. Den skal løse næringspolitiske utfordringer på tvers av kommunegrensene, etablere en regionalt forankret næringspolitisk plattform, og gi tydelige signaler om retningsvalg.
- For at prosessen og planen skal bli vellykket, kreves det deltakelse fra mange aktører. Viktige aktører er næringslivet i kommunene, FoU-miljøer, Sør-Trøndelag fylkeskommune, politisk og administrativ ledelse i kommunene, LO, NHO og Innovasjon Norge for å nevne noen.
- Næringslivet i de elleve kommunene som skal vedta næringsplanen, har dannet et felles samarbeids- og møteforum: Næringsalliansen for Trondheimsregionen (NAT). Det er NAT som har fått prosjektlederoppdraget med å utarbeide Strategisk Næringsplan for Trondheimsregionen.
- Les mer på www.trondheim-chamber.no/snp/

FAKTA

Status for Trondheimsregionen

- Landets mest attraktive storbyregion
- God vekst i antall arbeidsplasser
- Høy netto tilflytting
- Ung befolkning – stor andel mellom 20 og 35 år
- Høyt utdanningsnivå
- Stor FoU-aktivitet og nærhet til tunge FoU-miljøer

Bredt engasjement

Arbeidet med den nye næringsplanen skaper bredt engasjement. På den første workshopen og konkluderingsmøtet deltok rundt 70 representanter fra næringsliv, FoU-miljøer og lokale og regionale myndigheter.

Lokal grundighet

– Vi vet at det i tillegg til deltagelse i workshops og konkluderingsmøter foregår mye grundig arbeid lokalt – i kommunestyre, næringsforeninger og andre grupperinger. Det vitner om stort engasjement, og gjør meg svært optimistisk med tanke på den videre prosessen, mener prosjektleder Berit Rian.

I hele vår har hun reist rundt i samarbeidskommunene og snakket varmt om betydningen av arbeidet som legges ned. – Vi setter stor pris på invitasjonene. Det tyder på at mange er opptatt av prosessen.

Godfot-teori

Nå er alle kommuner og næringsforeninger utfordret på å komme med innspill til hva som er styrkene, svakhetene og mulighetene for deres lokale næringsliv, og ikke minst hva hver enkelt kommune kan bidra med i fellesskapet. – Målet er å gjøre hverandre sterke slik at vi får en sterk og bærekraftig region.

Rian legger vekt på at alle som har innspill, må delta underveis i arbeidet. Etterpå er det for sent. – Første delprosjekt ga litt knapp tid mellom workshopen og konkluderingsmøtet. Derfor vil vi ta hensyn til enkelte innspill som kom i etterkant. I den videre prosessen er det imidlertid avgjørende at innspillene kommer i tide, det vil si før konkluderingsmøtet for hvert delprosjekt.

Bransjefokus

Etter sommeren starter delprosjekt 3, som skal beskrive potensialet for vekst i de ulike sektorene i regionen. – Dette skal tydeliggjøre og skape enighet om hvilke bransjer vi skal satse på. Eller kanskje ender vi opp med ikke å prioritere spesifikke bransjer, men heller velge andre typer strategier? spør Rian, som legger vekt på ikke å være forutinntatt.

RTB

FAKTA

Arbeidet med Strategisk Næringsplan for Trondheimsregionen foregår i fem delprosjekter. Arbeidet startet i mars, og ferdigstilles i januar 2010. De fem delprosjektene er:

1. Mars - april: Statusbeskrivelse som gir grunnlag for overordnet mål
2. Mai - juni: Ulike strategier for næringsutvikling
3. Aug. - sept.: Hva er potensialet for vekst i ulike sektorer i vår region?
4. Oktober: Hva er de største hindringene for vekst i vår region?
5. Des. - jan.: Strategidokument

Bli med i det videre arbeidet

Andre delprosjekt av strategisk næringsplan for Trondheimsregionen ble gjennomført i mai, med konkluderingsmøte 4. juni. Det hadde søkelys på ulike strategier for næringsutvikling. Du finner bakgrunnsdokumenter, presentasjoner og konklusjoner fra delprosjektet på nettsiden for næringsplanen:

www.trondheim-chamber.no/snp/

Frem mot sommerferien vil Næringsalliansen for Trondheimsregionen, som utgjør prosjektgruppen for næringsplanarbeidet, i samarbeid med oppdragsgiverne, vurdere om den påbegynte delprosjektmodellen for arbeidet er riktig vei å følge helt i mål, eller om det bør gjøres justeringer på arbeidsformen.

Forutsatt at arbeidet fortsetter som planlagt, blir workshop og konkluderingsmøte for delprosjekt 3 arrangert henholdsvis 27. august og 10. september.

Alle møter er åpne for alle som ønsker å delta i prosessen. Meld deg på via nettsiden til Strategisk næringsplan for Trondheimsregionen.



Access Mid-Norway er innflaggingskontoret for Trøndelag. Vi tilbyr assistanse til bedrifter og forskningsavdelinger som etablerer seg i Trøndelag. Kundene våre er både norske og internasjonale aktører som vurderer å etablere seg i regionen. Access Mid-Norway tilbyr skreddersydd informasjon, rådgivning og praktisk assistanse til våre kunder og ønsker å være en verdifull bidragsyter til ditt selskaps beslutninger om lokalisering. Access Mid-Norway skal bidra til økt verdiskapning og vekst i Trøndelag, samt videre utvikling av de sterke klyngene i regionen.

Vi ønsker nye etableringer velkommen til Trøndelag



ACCESS MID-NORWAY
www.accessmidnorway.com

E-POST:
post@accessmidnorway.no

TELEFON:
73 60 59 02

ADRESSE:
P.O. Box 1760 Sentrum
7416 Trondheim

Høna og egget

Å snakke om verdiskaping skjer i privat eller offentlig sektor kan være en tøff øvelse. Men som regel henger ting mer sammen enn en først tror.



Det er pengeverdiene som skapes i næringslivet som gir grunnlag for ressursbruken i offentlig sektor, sier Ola Borten Moe (t.v) og Trond F. Mellingsæter.

Aristoteles snakket om den gyldne middel-vei, og på et vis kan samtalen mellom konserndirektør Trond Fredrik Mellingsæter i Fokus Bank og leder i Stortingets næringskomité Ola Borten Moe (Sp) oppsummeres slik.

Mellingsæter har fortid som underdirektør i Nærings- og energidepartementet, og han har vært sekretariatsleder for en NOU-er om «Næringspolitiske hovedstrategier» – som innledes med sitatet:

«Verdiskapingen i samfunnet skjer i næringslivet, i offentlig sektor og i husholdningene. Næringslivet står for den delen av verdiskapingen som danner det økonomiske grunnlaget for aktivitet i andre deler av samfunnslivet».

– Premiss for hverandre

– Det skapes verdier i de fleste sektorer i samfunnet. På St. Olav gjør de syke folk friske, og det er en verdi i seg selv. Og det bygges infrastruktur til gode for alle. Men det er pengeverdiene som skapes i næringslivet som gir grunnlag for ressursbruken i offentlig sektor. Disse pengeverdiene må til for å betale for ressursbruken i offentlig sektor, forklarer Mellingsæter.

– De fleste har lært at det var staten som bygde opp dette landet etter 2. verdenskrig. At de var det offentlige som satte igang tannhjulene?

– Jeg tror det er grunn til å presisere her. Dette er ikke en diskusjon om skillet mellom privat og offentlig sektor, men om næringsvirksomhet og offentlig sektor. La meg komme med et eksempel: StatoilHydro

er i stor grad offentlig eid, og den økonomiske verdiskapingen i dette selskapet gir selvsagt grunnlag for ressursbruk i offentlig sektor. Næringsvirksomheten og offentlig sektor er premiss for hverandre. Derfor er det viktig med en god offentlig sektor, sier Mellingsæter.

– Bedre modell enn USA

Borten Moe skyter inn.

– Jeg er langt på vei enig. Det bør være et samspill mellom næringslivet og kjernevirksomheten i det offentlige. Det er dette samarbeidet som bestemmer hvordan et samfunn blir. USA er et fascinerende eksempel. USA er ekstremt innovativ, og fremdeles verdens største økonomi. Og ser vi på andelen av inntekter – til helseforsikring, skole og alt som er gratis her hjemme, så viser det seg at deres modell langt fra er like effektiv som vår. I USA er ekspedisjonsavgifter så å si en egen industri, sier Borten Moe.

– Hvordan bør styrkeforholdet være mellom næringsvirksomhet og offentlig sektor?

– Jeg tror balansepunktet alltid er dynamisk. Nå er det viktig med en handlekraftig stat, men i andre faser er det mer riktig av staten å trekke seg tilbake – akkurat som Keynes (John Maynard, red. anm.) sa. På litt lengre sikt må vi legge forholdene til rette for at næringslivet kommer opp og frem, sier Borten Moe.

Mellingsæter tror heller ikke på absolutter.

– Gjennom historien har vi hatt en rekke eksempler på ulike styrkeforhold. USA har hatt en liten offentlig sektor, mens den skandinaviske har vært langt større. Jeg tror ikke på noen fast fordelingsnøkkel, men det er en forutsetning at begge drives effektivt, sier Mellingsæter.

Vil trimme næringslivet

Hvordan er ståa her hjemme, i Midt-Norge? Hvis en fylkesvis deler inn i såkalt markeds-

rettet og ikke markedsrettet virksomhet, viser tallene at Trondheimsregionen henger etter. Her utgjør markedsrettet virksomhet 61 prosent, mot 73 prosent i Hordaland og så mye som 78 prosent i Rogaland og Oslo. I tillegg vet de fleste at av alle regionene har Trondheimsregionen størst offentlig sektor (35,8 prosent) og minst verdiskapning.

– Så lenge vi får disse overføringene, så vil det ikke være noe problem, ler Mellingsæter og sier: – Regionen kan godt ha stor offentlig sektor. St. Olav, NTNU er gode ting, men det er ikke et ødeleggende byråkrati. Det gjelder å skille mellom det som er verdiskapende og det som er verdiødeleggende. Borten Moe sier Trondheim er en utdanning- og forskningsby, og at han ikke betrakter den isolerte statistikken om lav verdiskapning som et stort problem.

– Det brukes altfor lite tid på å utvikle offentlig sektor, og løsningen for Trøndelag er ikke å gjøre offentlig sektor mindre – men å ha en ambisjon om å gjøre næringslivet enda mer effektivt. Da blir rammeverk

viktig. Det er for eksempel også et godt kompetent kapitalmiljø i regionen, og Fokus er en av dem. Men vi kan ha bedre private kapitaleiermiljø, sier Borten Moe.

Sexy eller fit?

Mellingsæter ser ingen mørke skyer på kort- og mellomlang sikt, men etterlyser de lange linjene.

– Myndighetene har gjort en enestående jobb med sine krisepakker. Utfordringen er å stake ut kursen videre etter at oljen og gassen tar slutt, og beslutningene må tas i dag. Det beste en kan gjøre i Trøndelag er å bygge ut en god infrastruktur, og sørge for at det er attraktivt for unge og flinke mennesker å bo her. Et vanskelig spørsmål er hvem som skal eie næringslivet.

– Vi må bli dyktigere til å bygge verdikjeder, nå sender vi for eksempel fra oss olje og gass uforedlet. I Sveits, for eksempel, lever halve befolkningen av bank- og finansvesenet. Hvorfor skal ikke vi også gjøre kunne det? spør Borten Moe.

– Det er behagelig å være i råvarefella med eksport av olje og gass, fisk og strøm. Det er for tiden bedre enn å selge mobiltelefoner. I et marked må en enten være fit eller sexy. Vi er for rike til å være fit, for hvem vil ha disse lave lønningene? Vi må være sexy. Tenk grønn energi. Vi må bygge spisskompetanse, supplerer Mellingsæter.

– Dette er en virkemiddeldiskusjon. I det store bildet er Norge en suksesshistorie. Vi skal ikke lenger enn til Sverige for å finne det en tror vil bli en halv million arbeidsledige til neste år. Regjeringen har kunnet levere krisepakker på løpende bånd, og arbeidsledigheten er enestående lav. I Norge har vi en blanding av kapital-, kompetanse-, teknologi-, forskning- og industrikultur. Og noen har hevdet at det virker som om hver gang det er en krise i Norge, så faller en eller annen naturressurs i hodet på oss, sier Borten Moe.

Tekst og foto: ØYSTEIN LIE

Har du mange utestående fordringer?

Bruker kundene dine deg som bank?

Det er dårlig butikk om du ikke er en bank!

La Svea Finans gi deg bedre likviditet og tid til det du faktisk tjener penger på.



Gisle Bergh 98 81 15 08 • Asle Grislingås 99 23 62 51

Svea Finans, Brøsetveien 168, 7048 Trondheim, telefon 73 93 06 00

www.sveafinans.no

Søstrene Karlsen:

Hekta på værmelding

De rosa lokalene til Søstrene Karlsen sjarmerer både dresskledde forretningsmenn, knisende vennegjenger og damer med gråstenk i håret. – Rosa er lettlivet. Det er vi også, sier storesøster Nina.

Travelt

Det er like før åpningstid og muligheter for sol på Nedre Elvehavn. Lillesøster Hege løper mellom kjøkkenet og bardisken og har knapt tid til å prate om noe som ikke angår dagens servering. – Vi er hekta på værmelding. På dager med sol og ute-servering går det i ett – været bestemmer om ukesomsetninga blir på én million eller hundreogfemti tusen.

Uteserveringen åpnet i april. Da startet også den evige jakten på medarbeidere som kan jobbe når det er solskinn og ta fri når det regner. På sommerdager kan spisestedet ha

250 gjester utendørs og 150 inne. Da blir det fort travelt for søstrene Karlsen.

– Det er vanskelig å få tak i dyktige og fleksible arbeidstakere. Heldigvis har vi funnet et par dyktige svensker – de har en fantastisk serviceinnstilling, skryter Hege.

Rosa

Det var Hege som alltid hadde drømt om et rosa spisested. – Da vi fikk sjansen til å åpne vårt eget, måtte det bli rosa, sier Nina. – Rosa er lettlivet og uhøytidelig. Akkurat som oss og atmosfæren vi ønsker å skape her.

Mer enn støttemedlem

Mens lillesøster Hege trår til med servering, holder storesøster Nina orden på papirer, tall og bestillinger. Nå har hun også sørget for at søstrene har meldt seg inn i Næringsforeningen.

– Vi har skjønt at det skjer veldig mye spennende der. Og når vi først melder oss inn, vil vi være mer enn støttemedlem – da har vi lyst til å engasjere oss og få utvidet horisonten. Vi har vel godt av å komme ut av de rosa omgivelsene av og til, smiler Nina.

RTB



Søstrene Karlsen sjekker værmeldingen og ønsker seg flere sommerhjelpere. Når sola trekker folk til Nedre Elvehavn, blir det nemlig travelt for (fra venstre) Robban, Hege, Nina og Mattias.

Kreative og kulturbaserte næringer vokser

De kreative og kulturbaserte næringene (KKN) i Trondheimsregionen vokser. Ikke uventet er bransjen preget av mange små virksomheter med én til tre ansatte, og av store aktører innen media, museer og bibliotek.

I 2009 omfatter KKN-næringene i Trondheimsområdet totalt 536 virksomheter med 4733 ansatte og en total omsetning på rundt 4,1 milliarder kroner.

5 % årlig vekst

Fra 2007 til 2009 hadde KKN i Trondheimsregionen en årlig omsetningsvekst på drøyt 5 prosent. Antall ansatte vokste årlig med drøyt 4 prosent fra 2007 til 2009. Det betyr økt aktivitet per ansatt.

Siden 2003 har antallet ansatte i bransjen økt med rundt 30 prosent.

Mange små – få store

Fremdeles er imidlertid næringen preget av mange små virksomheter. Innen designbransjen har rundt 90 prosent av bedriftene under fem ansatte. Bare bransjene Bibliotek og museum og TV og radio har en betydelig andel av bedrifter med over 20 ansatte (henholdsvis 20,7 % og 28,6 %).

Nisjen med flest ansatte er Bøker, aviser og blader med hele 40 prosent av KKN-virksomhetenes sysselsetting (1878 ansatte). Kunstnerisk virksomhet har 15 prosent av de ansatte (721).

Lesestoff gir omsetning

Også omsetningsmessig er Bøker, aviser og blader den største nisjen i KKN med 53 prosent av den totale omsetningen (2,1 milliarder kroner). Arkitektur og Annonse og reklame er jevnstore med 11 prosent (rundt 450 millioner kroner) hver.

Annonse og reklame og mediebransjen, bøker, aviser og blader utgjør nisjene med størst omsetning per ansatt.

Ønsker større miljøer

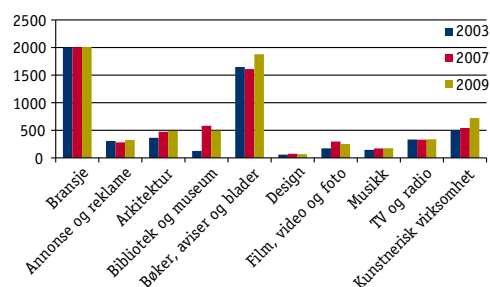
– Vi er først og fremst veldig glade for å ha fått et analyseverktøy som lar oss måle KKN-næringen hvert år. Det gir oss viktige tall om utviklingen i Trondheimsregionen. I tillegg gir det grunnlag for å sammenlikne oss med andre regioner, mener Eva Grendahl, fagrådsleder for Kreative og Kulturbaserte næringer i Næringsforeningen.

Hun er godt fornøyd med veksten. – Like fornøyde er vi ikke med at det fremdeles finnes litt for mange små bedrifter med få ansatte, og skulle ønske oss større miljøer, for eksempel innen design. Et designhus med flere designere hadde gitt mer trøkk i bransjen, mener Grendahl.

Hun trekker frem de kreative fagmiljøene ved byens utdanningsinstitusjoner som positivt. – Miljøene ved blant annet NTNU er viktige for rekrutteringen til næringen.

Ifølge Grendahl lider analysen fortsatt noe under at KKN er sammensatt av svært ulike bransjer og bedrifter. – Det er en broket forsamling med veldig ulike aktører. Etter hvert er det mulig vi må dele næringen inn i enda smalere nisjer for å kunne lage enda bedre fremstilling av næringene, mener hun.

RTB



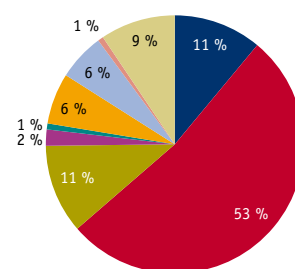
FAKTA

Næringsforeningens Fagråd for kreative og kulturbaserte næringer (KKN) har gjennomført en undersøkelse av bransjen i Trondheimsregionen. Definisjonen på næringene er gjort ved hjelp av næringskoder som kan grupperes i ni kategorier:

- Arkitektur
- Bøker, aviser og blader
- Annonse og reklame
- Bibliotek og museum
- Design
- Musikk
- Film, video og foto
- TV og radio (eksklusiv elektrovarerhus)
- Kunstnerisk virksomhet

Trondheimsregionen er i denne sammenhengen definert som kommunene

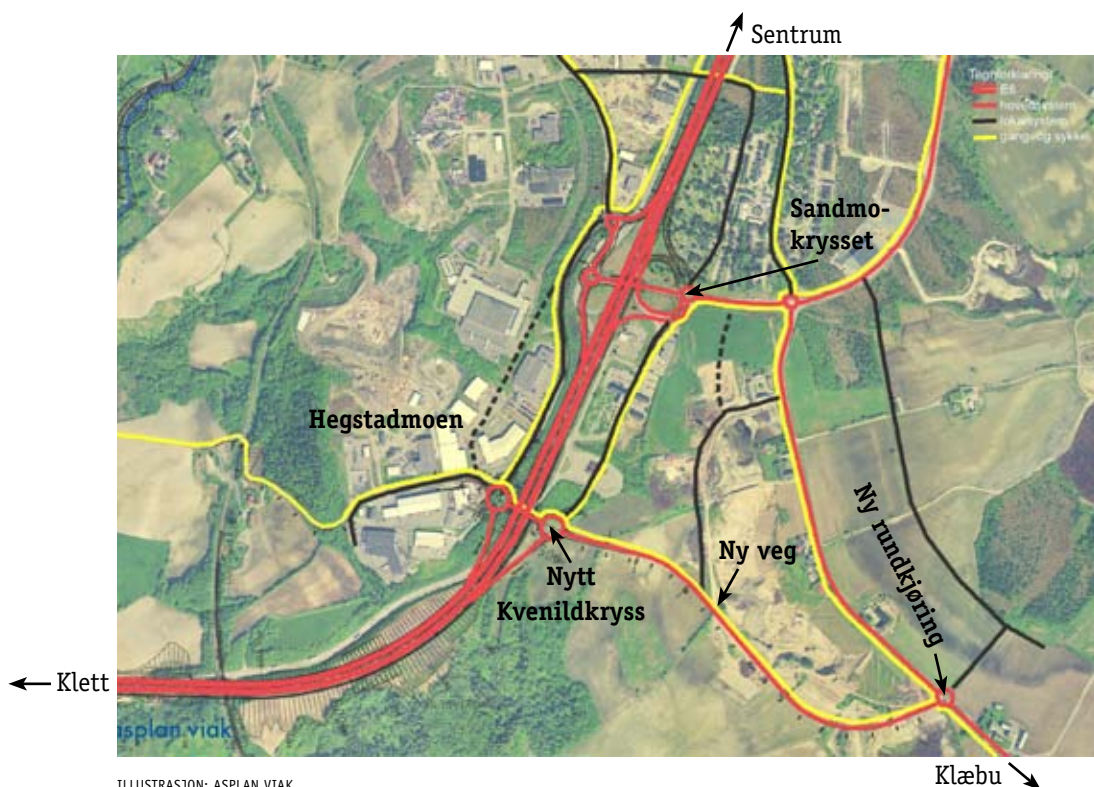
- Trondheim
- Orkdal
- Midtre Gauldal
- Melhus
- Skaun
- Klæbu
- Malvik
- Stjørdal



Se KKN-fagrådets nettside under www.trondheim-chamber.no for flere resultater fra undersøkelsen.

Bystyret tenkte langsiktig

Nytt toplans "Kvenildkryss" etter innsats fra NiT



ILLUSTRASJON: ASPLAN VIAK

– Om 15 år vil alle være takknemlige for at Bystyret i mai 2009 tenkte langsiktig og skjønte at kryssene på E6 over Heimdalsmyra ikke kan dimensjoneres etter dagens behov, men ut fra hva krystallkulen sier om byutvikling i bydelen og nabokommunene Klæbu og Melhus, sier næringspolitisk leder Trygve Bragstad i Næringsforeningen.

Kapasitetssvikt

I løpet av våren reguleres ny firefelt E6 fra Thonstad (Toppen av Okstadbakkene) over Heimdalsmyra og ned til Klett. Reguleringen skjer i tre etapper. Klæbu kommune, Næringsforeningen i Trondheim og flere har hele tiden sagt at det må etableres et nytt toplanskryss sør for krysset på Sandmoen.

- Årsaken til behovet for et nytt kryss i tillegg til dages Sandmokrysset er at det ikke har kapasitet i fremtiden, sier Bragstad.
- Statens Vegvesen og Rådmannen har ikke

tenkt langt nok i denne saken. Problemet er i følge Bragstad at Staten Vegvesen og Rådmannen i sin planlegging legger til grunn de planer for næringsutvikling som allerede eksisterer. Men hvis man lager beregninger for trafikkvekst hvor man legger inn ting vi vet kommer i tillegg til planene, knekker kapasiteten i Sandmokrysset sammen. – Legger vi inn planene om nytt næringsareal i Klæbu, nøktern utbygging på Torgård, utbygging langs Østre Rosten og ny Godsterminal, er det rett og slett sprengt på Sandmoen, sier Bragstad.

Asplan Viak

Det er konsultentselskapet Asplan Viak som på oppdrag fra Nordiske Handelsparker AS beregnet kapasiteten i Sandmokrysset. Nordiske Handelsparker er eksperter på byutvikling i byenes randsoner. – De gjør derfor det Rådmannen ikke gjør, nemlig å se inn i krystallkulen, sier Bragstad. Med nevnte forutsetninger viser det seg at kapa-

siteten i Sandmokrysset, veien fra krysset og inn til rundkjøringen ved REMA-lageret, og i rundkjøringen mot Klæbu blir for dårlig. Et nytt Kvenildkryss vil også åpne en tverrforbindelse inn til Hegstadmoen for sykkel, buss og bil.

Politikerne fulgte opp

Næringsforeningen er lettet over at et politisk initiativ i tolvte time sikret at Kvenildkrysset kan bli en realitet, sier Bragstad. Hadde det ikke vært for at Nordiske Handelsparker i første omgang, og Næringsforeningen i andre omgang, hadde hengt på politikerne, hadde denne muligheten til å være fremtidsrettet gått fra oss.

Det var Høyres Tone Stav som først tok opp saken i Byutviklingskomiteen. Etter hvert fremmet Ap og H fellesforslag som ble støttet av FrP, KrF, Sp, V, Demokratene og Pensjonistpartiet. Kun SV, Rødt og De Grønne stemte mot.



Tone Stav (H), til venstre, og Aase Sætran (Ap) var sentrale da Bystyret fikk vedtatt at det må lages nytt kryss på Kvenild. Det vil si sør for dages Sandmokrysset.



Konserndirektør Margareth Øvrum og UKA-sjef Torgeir Bryge Ødegården signerer samarbeidsavtalen.

(FOTO: SANNA DROGSET BØRSTAD)

Satser på rekruttering og profilering

StatoilHydro er nok en gang hovedsponsor for UKA i Trondheim.

Bedriften ønsker å profilere seg selv til studentene og rekrutterere blant dem.

Ukas overordnede mål er å økonomisk sørge for den videre driften av Studentersamfundet. Dette arbeidet legger studentene ned frivillig og sees på som et meget godt engasjement av bedrifter og fremtidige arbeidsgivere. Dette engasjementet ligger blant annet til grunn for StatoilHydros avgjørelse om å sponse UKA 09.

– StatoilHydro vet at noen av de beste avgangselevne fra videregående skole søker seg til NTNU. Dette er en gylden sjans til å snakke med denne målgruppen om rekruttering, sier forskningsdirektør i StatoilHydro Morten Loktu. Da vi sponset UKA 07 satte vi oss dette som mål og var veldig fornøyd med resultatet, målet er det samme for UKA 09.

UKE-sjef Torgeir Ødegården ser også dette samarbeidet som viktig for studentene av nettopp samme grunn. Han er av den oppfatning at mange av studentene som deltar

på UKA ønsker å knytte kontakter med arbeidslivet og får mulighet til dette gjennom samarbeidet, samtidig som de opparbeider seg arbeidserfaring utover det faglige. En annen viktig grunn er at UKA får lagt et økonomisk fundament og grunnlag for en bedre festival.

StatoilHydro bidrar heller ikke utelukkende med økonomisk støtte. Bedriften bidrar også med coaching, seminarer og rådgivning. UKAs medarbeidere kurses i blant annet medietrening, prosjektstyring og ledelse. Det er også planlagt et HMS kurs i løpet av høsten. Alt dette er egenskaper som StatoilHydro verdsetter hos mulige fremtidig ansatte.

På spørsmål om hvordan StatoilHydro ser på å sponse en kulturfestival i en lavkonjunktursperiode svarer Loktu at dette var en beslutning som ble tatt lenge før dagens økonomiske situasjon gjorde seg gjeldende.

Imidlertid er det viktigste at StatoilHydro har et langsiktig perspektiv på rekruttering og bygging av kompetanse. Det har de gjennom å satse på morgendagens arbeidstager.

UKA 09 ønsker ikke bare å fremstå som en sterk kulturaktør, men også som et kunnskaps- og teknologiforum. Dette er en sammenheng hvor samarbeidet med StatoilHydro spiller en viktig rolle. Det er planlagt det i fellesskap skal presenteres alt fra konkurranser i LEGO-bygging til morgendagens tekniske løsninger.

– UKA er ikke bare interessert i å profilere seg innad til studenter og UKE-medarbeidere, men også utad til Trondheim og sine egne ansatte, sier Loktu. UKA er viktig for lokalmiljøet i Trondheim, hvor StatoilHydro er en betydelig arbeidsgiver. UKA er viktig for mange av våre ansatte.

Av: Morten Bakke Nyhus

Strammer opp Martnan

Flere kulturinnslag, mer kunst og håndverk og ryddigere salgsområde.

– Martnan skal fortsatt være variasjon og mangfold, men i litt strammere former, sier Eileen Brandsegg, daglig leder for City Manager.



Hun har satt seg fore å skape et gradvis mer oversiktlig og ryddig Martnan-arrangement i Trondheim. – Vi har et tiårsperspektiv på arbeidet, forteller Brandsegg. I år kommer publikum til å merke blant annet flere gratiskonsserter og kulturinnslag, bedre framkommelighet i bodområdene og mer kvalitet i form av kunst og håndverk.

Mer håndverk

– Martnan skal være hummer og kanari. Det skal være lakrismenn, spekepølser og grønnsakkuttere. Men vi vil også ha mer av det gode håndverket.

I år som i fjor er området rundt Olav Tryggvason-statuen på Torget forbeholdt salgsboder for kunst, håndverk og gårdsprodukter.

Ryddigere

Brandsegg er opptatt av å gi publikum en ryddigere opplevelse. – Det skal bli enklere å komme fram med barnevogn og rullestol i bodområdene. Det blir også enklere å krysse Munkegata med bil i Erling Skakkes gate.

Dessuten skal arrangøren holde et skarpere øye med utstillerne. – I år setter vi strengere krav til utstillerne, og følger opp tettere med hensyn til blant annet rydding og plassering. Dessuten har vi som vanlig tett samarbeid med politiet, brannvesenet, Skatteetaten, Mattilsynet og andre aktører.

Fortsatt mangfold

– På lang sikt er målet å øke andelen utstillere som tilbyr varer av høy kvalitet, spesielt med tanke på lokalt håndverk og kortreist mat. Vi kan også tenke oss å dra inn utstillere med antikviteter og bruktvare, uten å skulle gjøre området til et loppemarked, forteller Brandsegg. – Over år har vi fått en litt for stor andel utstillere som ikke bidrar til å gi Martnan særpreg. Vi må gjøre det attraktivt å ta turen til byen i Martnan-uka. Også for de unge, gjennom musikk og konserter.

– Men du vil selvsagt også finne lakrismannen og spekepølsene – det er mangfoldet som gjør Martnan, mener Brandsegg. **RTB**



– Martnan skal være et kvalitetsarrangement med håndverksbodene rundt Olav Tryggvason-statuen som rosinen i pølsa, sier Eileen Bradsegg i City Manager. Her fra fjorårets arrangement. FOTO: MAREN KJELDSTAD

AIRPORT-TAXI TIL FASTPRISER!

NORGESTAXI HAR AIRPORT-TAXI - MED FASTPRISER TIL OG FRA FØLGENDE FLYPLASSER:

OSLO - GARDERMOEN	FRA KR 610,-
STAVANGER - SOLA	FRA KR 280,-
BERGEN - FLESLAND	FRA KR 330,-
TRONDHEIM - VÆRNES	FRA KR 300,-

(Gjelder samkjøring med maks 2 andre. Uten samkjøring fra kr 495,- (for inntil 4 pass.))

Prøv vår nye iBook: <http://ibook.norgestaxi.no>

Dit du skal – når du vil! Ring 08000

Politiker og eiendomsutviklere etterlyser oppdaterte styringsverktøy:

– Byen trenger ny Lade-plan

– Det er på høy tid å revidere kommunedelplanen for Lade. Flere av forutsetningene som lå til grunn for planen, er allerede borte, mener kommunalråd Geir Waage (Ap) i Trondheim.

Han får følge av Arild Holten og John Mjøen eiendomsselskapet NHP AS. – En god kommunedelplan bør inkludere hele Lade-området, ta høyde for endringer og stimulere til samarbeid for å finne gode løsninger. Det gjør ikke dagens plan, mener de tre.

Utdatert

– Kommunedelplanen bygger på mange gode tanker. Allerede i dag har det imidlertid skjedd så store endringer at planen ikke fungerer. Planen har et 20-30-årsperspektiv, men er allerede utdatert, mener Waage.

Mjøen er enig. – Da planen ble vedtatt i 2005, sendte den sterke signaler til industrivirksomhetene om at de ikke var inkludert i de langsiktige planene for Lade-området. Signalene var nok ikke ment som en utkastelsesordre, men næringslivet tok likevel raskt grep, blant annet ved å droppe langsiktige leieavtaler.

– De nye næringsarealene på Kvenild og Torgård sør for Tiller har også raskt åpnet for nye muligheter og endret situasjonen betydelig, skyter Waage inn.

Vil samle funksjoner

I dagens plan er Lade-områdene langs Haakon VIIs gate delt i parseller med krav om en viss sammensetning av arealer til bolig, kontor, butikk og lager på hver enkelt parsell. – Det er vanskelig å finne gode, helhetlige løsninger på et så detaljert nivå, mener Waage, Holten og Mjøen. De er enige om at en kommunedelplan må initiere til samarbeid på tvers av eierforhold og tomter for å skape best mulig helhet for området.

Krever samarbeid

– Ved å samle samme type virksomhet til definerte områder kan vi også få mindre biltrafikk og bedre forutsetninger for en effektiv kollektivtrafikk, sier Holten.

NHP, som eier betydelige områder mellom Lade Allé og Haakon VIIs gate, har samarbeidet med blant andre KLP om et forslag til omforming av området, forteller Holten. Han skryter av bygningsrådet i kommunen.

– Vi hadde gått oss fast i planene da vi fikk hjelp av bygningsrådet til å finne gode løsninger.

Waage, som sitter i bygningsrådet, bekrefter at rådet har begynt å betrakte parseller under ett når det kommer gode forslag til løsninger – til tross for at det bryter med kommunedelplanen. – Faren med en altfor detaljert plan der kartet ikke stemmer med terrenget, er at det kommer en mengde dispensasjonssøknader. Det blir en selvforsterkende prosess, og planen mister sin funksjon, mener Waage.

Bør revideres

– Obos – som eier området mellom Lade Arena og Sirkustomta – og Trondos fikk nylig avslag på sine reguleringsplaner med beskjed om å komme tilbake med en samlet plan for området. Det betyr at endringene allerede er i gang. Nå må vi få en grundig gjennomgang av hele planen.

– En førstegenerasjons kommunedelplan bør alltid revideres etter en tid for å sikre at styringsverktøyet blir like godt i virkeligheten som på papiret. Nå er tiden moden for Lade-planen, mener Waage, Mjøen og Holten.



Kommunedelplanen for Lade er allerede utdatert, mener kommunalråd Geir Waage (Ap) og prosjektlederne John Mjøen og Arild Holten i NHP Handel & Industriendom. De etterlyser en snartlig revidering av planen.

FAKTA

Kommunedelplanen for Lade bør revideres fordi

- Sentrale elementer og forutsetningene for planen allerede er borte eller vesentlig endret
- endringene har skjedd langt raskere og i annen rekkefølge enn planen antok
- planen er både for uoversiktlig og detaljert til å fungere som et godt politisk styringsverktøy
- mindre detaljerte retningslinjer gir større mulighet for samarbeid på tvers av eksisterende eiendommer og parseller
- planen bør inkludere området Ladalen/Fesil-området som knytter Lade sammen med sentrum

RTB

NYE medlemmer

SOL Bedriftsrådgivning AS

SOL Bedriftsrådgivning AS tilbyr rådgiving og gjennomføringsressurser til selskaper i Midt Norge innenfor områdene virksomhetsstyring, teknologi, økonomisk analyse og lederstøtte. Selskapet består av rådgivere med flere års operasjonell erfaring som økonomiledere i større virksomheter. SOL Bedriftsrådgivning er et uavhengig rådgivingselskap som vektlegger en tett oppfølging og dialog med kundene.

Peterson Emballasje AS

Peterson Emballasje AS er markedsleder i Norge innenfor bølge- og massivpappemballasje. Bedriften er en del av det norskeide Petersonkonsernet, som har 9 emballasjefabrikker og to papirfabrikker i Norden.

Fabrikken på Ranheim produserer 35 mill kvm massivpappemballasje, og hovedmerkene er fiskeri og havbruk. Vel 90% av papiret som benyttes i produksjonen baserer seg på resirkulert bølgepapp, levert av nabobedriften Peterson Linerboard AS.

EXEL Machines AS

EXEL machines AS er importør av verktøymaskiner og utstyr til mekanisk industri i Norge. Vi har salg- og installasjon-service-oppfølging av våre kunder. Våre leverandører er maskinprodusenter i England, Italia, Taiwan og Nederland.

Jonny Snorkel Formgivningslab

Jonny Snorkel er et lite og annerledes designbyrå som ble opprettet i 2003. Jonny Snorkel har fire fast ansatte med bred kompetanse innen visuell identitetsbygging (grafisk design og web design). Til Snorkelfamilien hører også et stort nettverk av kreative frilansere innen tekstforfatting, foto, illustrasjon og filmproduksjon - som vi samarbeider med på prosjektbasis. Vår mangfoldige kompetanse gjør at vi kan jobbe med et bredt spekter av utfordringer, vi ser problemstillinger fra flere sider og ikke minst skaper vi gode og oppfinnsomme løsninger for kundene våre.

Radisson Blu Hotel, Trondheim Airport

Radisson Blu Hotel, Trondheim Airport åpner høsten 2009. Vi håper å bidra med ny frisk kapital inn til regionen samt være en delaktig aktør lokalt og internasjonalt for regionen Trøndelag.

Stiftelsen Papirindustriens Forskningsinstitutt

Stiftelsen forvalter eierinteressene i PFI AS, instituttbygningen på Gløshaugen, utleieforhold, ulike fonds og bidrar til finansiering av undervisning og forskning innen treforedlingsområdet.

Hjernerstorm AS

De ansatte er bedriftens viktigste og mest effektive reklame. Gjennom intern markedsføring hjelper Hjernerstorm å skape stolthet og glede blant ansatte i norske bedrifter og organisasjoner. Intern kommunikasjon, intern kampanje og nyhetsbyrå. Les mer på www.hjernerstorm.no.

Skilt-Teknikk AS

Vi er en skilt & dekor-produsent som ikke har noen begrensning på hverken materiale, farger, størrelse eller utforming. Vi har to grafiske designere på heltid som tegner ut forslag/design tilpasset de individuelle behov. I tillegg tar vi også på oss konsulentbistand vedr. vurdering av skiltmaterialer, plasseringer, størrelser og utforming/utførelse. Se også vår web: www.skilt-teknikk.no

IKT24

IKT24 er totalleverandør av IKT-tjenester til små og mellomstore bedrifter i Trondheim. Vi satser sterkt på kvalitet og service, og tilbyr i hovedsak produkter fra Lenovo, IBM, Lexmark og Microsoft. Vi fokuserer på fleksibilitet, tilgjengelighet og løsninger på kundens premisser. Vi tilbyr tjenester innenfor ikt-drift, support, overvåking og drift 24 timer i døgnet, 365 dager i året.

Ventelo er vår samarbeidspartner på bredbånd og telefonitjenester da vi mener Ventelo tilbyr de beste og mest kostnadseffektive løsningene. IKT24 er Microsoft Small Business Certified partner.

Botnan Webutvikling

Botnan Webutvikling tilbyr tjenester innen Webutvikling, Søkeoptimalisering og Markedsføring på Internett. Vi kan i tillegg tilby grafisk arbeid og produksjon av 3D animasjoner, til bruk i alle presentasjonsformer. Besøk vår nettside: www.botnan.com, for mer informasjon.

Redningsselskapet

Redningsselskapet ble stiftet i 1891 med det for øyet å berge liv og verdier til sjøs. I den senere tid har også det å ta vare på kystmiljøet blitt et viktig element. Redningsselskapet har i dag 36 operative skøyter, hvorav 16 er knyttet til de frivillige sjøredningskorpene. Her er det totalt ca. 700 frivillige som står i beredskap 365 dager i året. Redningsselskapet driver også mye med forebyggende opplæring samt ulike kurs.

Fueltech Solutions AS

Fueltech AS utvikler og markedsfører instrumenter for analyse av tennings- og forbrenningsegenskaper i olje. Selskapets produkter benyttes både innenfor skipsmarkedet til analyse av tungolje såvel som til testing av autodiesel og destillater. Se mere informasjon på www.fueltech.no

Mesterteam AS

Mesterteam AS er en malermesterbedrift etablert i 1991 som utfører maler- og gulvbeleggsarbeider både i privat og proffmarkedet. Vi leverer også totalløsninger i samarbeid med partnere fra andre håndverksfag. Daglig leder er malermester Olav Stenhaus.

Trebetong AS

LBT Holding AS

Pirgruppen AS

OCE Norge AS, Avd. Trondheim

Kosmorama

Office Trondheim

Orkladal Bedriftutvikling AS

Centrum Bedriftshelsetjeneste

Trotan AS

Trygve Mork Consulting

Kadabra Produktdesign

VIZU AS



Dobbelt reklamebyrå

ENKLE VALG – ren samvittighet

Vi gjør det enkelt å ta vare på miljøet. Ofte er det penger å spare også.

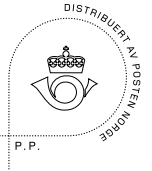
Kontakt oss for en uforpliktende gjennomgang – vi tilbyr alle typer avfallstjenester til næringslivet.

Tel: 815 52 300
www.retura.no

RETURA 
ET MILJØ I BALANSE

Returadresse:
Næringsforeningen i Trondheim
Postboks 778 Sentrum
7408 Trondheim

B-Economique
NORGE



Liten bedrift?

Spar tid

- alt på ett sted

Med **PRO** fra SpareBank 1 SMN kan små og mellomstore bedrifter samle alle bank- og forsikringstjenester på ett sted. Betaling. Finansiering. Sparing. Forsikring.

Kontakt oss i dag på **07303** eller **smn.no**

