

# M<sup>3</sup>idtPUNKT<sub>07</sub>

NÆRINGSFORENINGEN I TRONDHEIM  
MID-NORWAY CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY



TEMA:  
**Handelsbyen**

Hvilke utfordringer  
står handelsbyen  
Trondheim overfor?

# Møteplassen

**Fredagsforum:** Britannia Hotel, salong Wedel Jarlsberg  
Hver fredag 11:30 – 12:30

**I tillegg til Fredagsforum kan Næringsforeningen tilby følgende spennende møter i vår:**

- 4. juni** Juslunsj i samarbeid med Pretor
- 5. juni** Møte med børsdirektør Landsnes
- 6. juni** Fossegrenda bydelsmøte
- 6. og 7. juni** Deep Sea Society – Roadshow m/Aker-Kværner Subsea, Wetco Gray, FMC Kongsberg Subsea
- 7. juni** NiT's bedrifter har speed dating i samarbeid med Norsk Møteforum
- 8. juni** Reiselivsnæringen mot 2012

Møtedatoer er foreløpige og kan endres. Følg med på:  
[www.trondheim-chamber.no](http://www.trondheim-chamber.no)



*Næringsforeningen har ved slutten av mai avholdt 58 møter hvor over 2200 personer har deltatt. Det gir et snitt på over 37 personer pr møte.*

## Har din bedrift jubileum eller en annen grunn til å gi bort en gave?

Stiftelsen "Trondhjems handelsstands understøttelseskasse" har siden 1877 delt ut midler til trengende. Kapitalen er i dag på 3,8 mill.

Med donasjoner fra din bedrift kan stiftelsen hjelpe flere!

Ta kontakt for mer informasjon: [firmapost@trondheim-chamber.no](mailto:firmapost@trondheim-chamber.no)

*Forsidebilde:*

*Dagens og gårsdagens handel møtes på Sverresborg Folkemuseum.*

*MidtPunkt setter i dette nummer fokus på utviklingen mot morgendagens handel.*

*Næringsforeningen takker museet for velvillig hjelp og anbefaler alle sine medlemmer å besøke Byavdelingen og Schrøder-utstillingen på Sverresborg i sommer!*

*FOTO: GRY KARIN STIMO I STUDIO STIMO*

LEDER



Gunn Kari K. Hygen, redaktør

## Utviklingsbyen

Nylig la Statkraft en ny utviklingsavdeling til Trondheim. Tidligere har Vegvesenet lagt sin utviklingsavdeling til Trondheim,

Det nye StatoilHydro-konsernet har sin største utviklingsavdeling i Trondheim på Rotvoll, Millskonsernet har en – noe ukjent – utviklingsgruppe på Lade, og de velkjente utviklingsgruppene innen databasesøk: Google, Yahoo og Fast, er velkjent.

Mange sentre er ikke nevnt i denne korte lederen.

Dette er en utvikling vi bare har sett begynnelsen på: store bedrifter og enheter legger utviklingsavdelingene sine til Trondheim av to grunner: Best tilgang på nye ideer og best tilgang på rett kompetanse. Dette kompetansemangfoldet gjør det ennå lettere å rekruttere kompetente personer til byen, noe som er vår høyeste utfordring for tiden.

NHO og NiT har lansert satsingen "Gode hoder", der målet er at "våre" bedrifter skal ha best tilgang ved NTNU og SINTEF til de utdannede kandidatene, best tilgang til studentene og best tilgang til forskerne til å utvikle nye produkter sammen med. Bare innen maritim og petroleum utdanner NTNU i dag i underkant av 1000 kandidater pr. år. Da er andel av andre utdanninger som IKT, kybernetikk etc. som går inn i maritim og petroleum medregnet. Likeledes har vi ca 1000 forskere som arbeider i grenseland mot maritim og petroleum.

Rekruttering nasjonalt og internasjonalt: Her må det gjøres en sterkere satsing enn i dag. Vi tar imot initiativ og forslag i så måte med glede og setter i gang når vi har musklene til det.

# Detaljhandelen - en flyktig bransje!

Detaljhandelen er den mest endringsvillige bransjen som finnes. Endring av moter, trender, varer og tjenester fører til stadige utfordringer i konkurransesituasjonen. Det opprettes kontinuerlig nye handelsområder med større, finere og lettere tilgjengelige handelsarealer. I tillegg har vi handel over internett.

“Det vi ønsker skal bli varig, må vi forandre”, sa Bill Clinton. Kjøpmannen, kjedene og tilbyderne endrer seg i takt med markedet. Vi reiser mer, vi handler mer i utlandet, våre egne butikker må konkurrere med de siste trendene i hele verden. Detaljisten må endre seg i stort tempo. Noen ganger mot sin vilje andre ganger med vilje.

Gjennom aktive innkjøp, endring i butikker og utstillingsvinduer og kontinuerlig annonsering av mer eller mindre gode tilbud, forsøker den enkelte detaljist å opprettholde eller skaffe seg sin markedsandel. Det er tilbud og salg året rundt. Det kreves en vanvittig oversikt og bransjekunnskap for å følge med i utviklingen.

Handelen er flyktig, dersom det ikke fungerer på et sted, legger man ned, eller flytter virksomheten til en annet sted. Det kan være både smertefullt og dyrt, men helt avgjørende på lang sikt. Man ser ofte at det er de samme butikkene som opererer som frittstående i en by, som også finnes på de bilbaserte sentrene i den samme kommunen. Dette skyldes frykten for å bli utkonkurrert, samt et ønske om å beskytte den allerede eksisterende virksomheten i sentrum. På denne måten er man “still in business” uavhengig av hvilket handelsområde som vinner kampen om kundene.

Ettersom handelen er flyktig, og finner seg til rette der kundene kommer, hvem skal da bestemme hvor kundene skal komme? Langt tilbake i tiden ble dette naturlig bestemt av atkomst via vannet og naturlige veikryss mellom bosettingene. I dag er oppgaven i stor grad overlatt til eiendomsinvestorer og kjøpesenterkjeder som bygger store og moderne handelshus beregnet for fremtidens handel. Beliggenheten er naturlig bestemt av atkomst med bil via firefelts motorveier. Tilgjengelighet har alltid vært et viktig parameter for handelens suksess.



**Jarle Pettersen**  
Medlem av Fagråd Handel  
Leder av Samarbeidsgruppen Midtby'n



## INNHOOLD

Handelen er bærebjelke og barometer.....	4
Nei til megastores er nei til styring.....	7
Samme by – ulike utfordringer.....	8
Åpenhet, arealeffektivitet og tilgjengelighet .....	9
Tror på kvalitet og gode opplevelser.....	10
Tenk nytt – tenk tilgjengelighet!.....	12
Genialt med nærsentre! .....	13
Gjentar suksessen fra 06 .....	14
Vil ha næringslivet på partilistene .....	16
Fusjonering av kultur og næring i Ilsvika.....	18
Næringsforeninga – en viktig arena.....	20
Trondheim – fremtidens investorbystad?.....	21
Solidaransvar for skatt ved arbeidsleie .....	22
Bedriftsturer til utlandet.....	23
Forskningsprosjekt i nettverk skaper.....	24
NYE medlemmer.....	26

### Utgiver:

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

### Redaktør:

Gunn Kari K. Hygen  
Telefon: 73 88 31 15  
gunn.kari.hygen@trondheim-chamber.no

### Redaksjonell produksjon:

Arild Smolan og Trygve Bragstad  
Ragnhild Tokstad Bergsmyr i Bergsmyr AS

### Teknisk produksjon og design:

GRØSET™ Guri Jermstad as  
Opplag:  
5 900

### Web side:

[www.trondheim-chamber.no](http://www.trondheim-chamber.no)

### Hovedsamarbeidspartnere:



## STØRSTE NÆRING

# - Handelen er bærebjelke og barometer

- Med 17 mrd i omsetning er handel Trondheims største næring. Selvfølgelig er det slik at handelen svinger opp og ned med hvordan det går i andre bransjer, men det er også slik at de andre næringene er avhengig av at Trondheim er en attraktiv handelsby for å lykkes. Suksessfaktor #1 er at vi klarer å vitalisere både Midtbyen og de nye handelsområdene. Det holder ikke med bare en av dem, sier Thor Arne Falkanger.

## AVGJØRENDE VÅR

Fagråd Handel har hatt en travel vår med å kjempe for levelige rammevilkår for næringen. Kommunens Transportplan fikk på plass nytt Tillerkryss og det opphever etter hvert byggestoppen. Før sommeren behandler kommunen Gatebruksplanen som skal snu opp ned på trafikken i Midtbyen. Og før valget skal politikerne behandle Arealplanen som i høringsutkastet ikke setter av mer plass til handel og har uhensiktsmessig begrensninger på butikketableringer (se egne artikler side 7 og 13).

- Transportplanen ble bra for handelen ved at den åpner Tillerområdet for bygging. Gatebruksplanen trenger noen justeringer for å bli bra. Arealplanen er imidlertid farlig for handelen slik den foreligger, sier Thor Arne Falkanger som leder Fagråd Handel og nesteleder i styret i Næringsforeningen. – Næringslivet vil hemmes hvis det ikke settes av arealer til nye handelskonsepter, eller hvis det vedtas løsninger som gjør at ansatte i kommunen skal skjønnsvurdere om butikk-konsepter skal godkjennes ut fra om de er tilpasset nærområdet eller ikke, sier han.

## BALANSE VIKTIG

Falkanger mener handelsbyen Trondheim har en unik posisjon i regionen, men at den er under press. – I dag ser vi det vokser frem kjøpesentre i alle kommunene rundt oss. Det er naturlig og bra for omlandet, men det gjør at Trondheim må sørge for at vi ligger ett skritt foran i utviklingen (se artikkel s 9 og 12). Skal vi lykkes med å ligge foran må vi lykkes med å utvikle neste generasjon butikker i handelssentrene, og vi må sikre at Midtbyens historiske atmosfære kan kombineres med nye krav til handel, sier han. – Jeg er overbevist om at vi bare lykkes hvis vi klarer begge deler. Den viktigste faktoren for å lykkes er at myndig-

hetene forstår hvor flyktig handelen er mot de stedene hvor den har best rammevilkår. Det vil for eksempel alltid være mulig å fylle opp et butikklokale i sentrum med en handelsvirksomhet hvis leien er lav nok, men skal du tiltrekke deg de mest attraktive butikkene, krever det en aktiv strategi som har dette som formål, sier han. Falkanger mener mange ikke forstår hva det er som gjør for eksempel Heimdal sentrum til et attraktivt handleområde. Kjøpesentre og Midtbyen har forskjellige kvaliteter og krav, og det er ikke nødvendigvis "grønnstruktur", god busdekning, gågater eller arkitektur som skaper de beste rammevilkårene.

## UTENFOR MIDTBYEN

Hvis Trondheim kommune ikke setter av areal til nye handelskonsepter som "storhandel" som skal ha over +/- 20.000 kvadratmeter, kan det skje to ting. Enten etablerer de seg i nabokommunene, ellers så kommer de ikke til vår region i det hele tatt. – Begge deler er like ille sier Falkanger. – De som sier nei til denne type handel tar like mye feil som de som sa nei til IKEA. Så store konsepter kan du ikke trykke inn i dagens handelstomter da det ikke er plass. Kommunen må altså aktivt sette av plass på steder med god veiforbindelse. Det må de gjøre fordi de ønsker denne type butikker velkommen.

Over 200.000 kvadratmeter handelsareal planlegges i avlastningsentrene. – Det er lov å filosofere over om det er kunder nok til alle disse selv om byen vokser med 2000 innbyggere i året, men filosoferingen kan ikke føre til byggeforbud som vi dag i realiteten opplever, sier Falkanger.

## MIDTBYEN

- Midtbyen har mye å lære av kjøpesentrene når det gjelder organisering, mener Falkanger. Han mener sterkere styring av butikkutvalg er en av tingene sentrum kan lære av (se artikkel side 8). – Det forutsetter et sterkere samarbeid mellom handelsnæringen og gårdeiere, og samarbeidet bør formaliseres på en eller annen måte. Det viktigste er å sikre tilstrekkelig antall trafikkskapende butikker, slik at det ikke blir for mange trafikkvhengige butikker. Det vil si de som bare profiterer på folk som allerede er i nabolaget.

I tillegg til butikkutvalget mener Falkanger sentrum bør bli flinkere til å koordinere rydding, markedsføring og åpningstider.



- I avlastningsentrene er utfordringene få men store, og løsningen er lett synlig. I Midtbyen er de mange og mindre, og meget komplekse, sier Thor Arne Falkanger.

FOTO: GRY KARIN STIMO I STUDIO STIMO

Falkanger mener trehusbebyggelsen er Midtbyens største attraktivitet, men også en kraftig bremsekloss. - Vi må sammen med vernemyndighetene finne ut hvordan vi skal kombinere dagens butikkkrav til nye handelskonsepter. Det er for eksempel vanskelig å finne lokaler på 1000 kvadratmeter i sentrum utenfor kjøpesentrene.

- Det er mennesker og ikke pen brostein som skaper et attraktivt og levende torg, sier Falkanger. Vi har en utfordring i at hele vestveggen (Hornemannsgården/Svaneapoteket) ikke vender seg mot Torvet. I tillegg er det store finansinstitusjoner i to hjørner, og de er i begrenset grad publikumsmagneter når alle har banktjenestene på PCn hjemme.

#### SETTER SPOR

- Det er spennende å se at flere aktører i Trondheim har vokst seg nasjonale fra Trondheim. I tillegg ser vi at det i Trondheim finnes flere formuer som er bygget opp på handel, og som i dag er reinvestert i industri, eiendom og andre næringer. Heggland, Kjeldsberg og K.Lund er eksempler på dette, sier Falkanger. - Det viser at handelen har betydning langt utover egen næring.

#### FAKTABOKS

##### Thor Arne Falkanger

- Driver 12 skobutikker i Trondheimsområdet og fire i Lillehammer.
- Er tilknyttet Eurosko
- Driver egen import av skotøy
- Leder av Fagråd Handel
- Nestleder i styret i NIT.

#### DE TI VIKTIGSTE TRENDENE I HANDELEN I TRONDHEIM:

##### Overordnede trender:

1. Varehandelen i Trondheim inkludert bil har vokst fra ca 12 MRD i 2000 til 16,6 MRD i 2005, en gjennomsnittelig vekst på 6,6 % og en total vekst på 38 % på fem år.
2. Varehandelen i Trondheim utgjør ca 70 % av handelen i Sør-Trøndelag.
3. Midtbyens andel er stadig synkende, fra en markedsandel på 21,3 % i 2000 til 15,8 % p.t. (se vedlagt tabell)
4. Omsetning per innbygger i Trondheim er høyere enn både Bergen og Stavanger, samt landsgjennomsnittet.

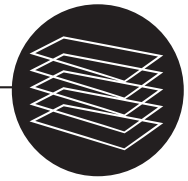
##### Geografiske trender:

5. Sonene som er i størst vekst er Heimdal/Byneset, Bromstad/Tunga (inkl IKEA) og Nedre Elvehavn.
6. Sonene med lavest vekst er Gågater, Sentrum vest og Olav Trygvasons gate.
7. Store utbygginger er planlagt på Tiller og Lade, hhv 70-100.000 kvadratmeter og 40-60.000 kvadratmeter.

##### Bransjetrender:

8. Bransjene med størst vekst fra 2003 til 2005 er "bygg-, jernvare- og fargehandlere", "møbel- og innbobutikker" og "elektro- og musikkforretninger" med hhv 39%, 27%, og 25 % vekst.
9. De bransjene med lavest vekst er "bok- og papirhandlere", "gullsmed, urmakere og optikere og fotobutikker" og "matbutikker".
10. Matvarehandelen er den største bransjen med ca. 40 % andel av totalen. De neste bransjene med ca. 10 % hver er "kles-, sko- og reiseeffektbutikker" og "møbel- og innbobutikker."

# Blink Print!



**Kopisenter**

## NÅR LIVET IKKE BARE ER SORTHVITT...

Velkommen til oss i Fjordgata 5,  
eller Leirfossveien 27 i Fossegrenda!

**GI BU(D)SKAPET  
DITT DEN  
KVALITETEN OG  
FARGEN DET  
FORTJENER!**

Blink Print as   Leirfossveien 27   7038 Trondheim   Tlf: 72 83 57 00   www.blinkprint.no   firmapost@blinkprint.no

## AIRPORT-TAXI TIL FASTPRISER!



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

OSLO - GARDERMOEN  
STAVANGER - SOLA  
BERGEN - FLESLAND  
TRONDHEIM - VÆRNES

FRA KR 490,-  
FRA KR 234,-  
FRA KR 260,-  
FRA KR 260,-

(Gjelder samkjøring med maks 2 andre. Uten samkjøring fra kr 420,-)

*Dit du skal – når du vil! Ring 08000*



## Lei av utvendige persienner?

Vi har de innvendige løsninger og er spesialister på sol- og varmeavskjerming

Gartex er en komplett tekstilrentreprenør med 30 års erfaring i bransjen. Vi leverer gardiner, avskjermingssystemer, opphengssystemer, tepper og tapeter til det offentlige og private prosjektmarkedet. Vi leverer også støyabsorberende tekstiler.

GARTEX AS, Schultz gt. 1, 7013 Trondheim - Tlf: 73 52 68 68 - www.gartex.no



**KNUT SELBERG:**

# Nei til megastores er nei til styring

- På litt sikt vil megastore-konseptet, eller kjempebutikker, tvinge seg frem uansett om kommunens arealplaner tar høyde for det eller ikke. Lukker vi øynene for utviklingen, fraskriver vi oss også muligheten til å påvirke den.

Knut Selberg – arkitekt, byplanlegger, professor og daglig leder for Selberg Arkitektkontor – frykter slett ikke at kjempebutikkene vil ødelegge byen og handelen. De eneste aktørene som taper på megastores, er ifølge Selberg aktører som har sovet i timen og tror de kan overleve ved å drive slapt.

## MÅ TA STYRING

Han mener IKEA er et glimrende eksempel på en vellykket etablering av en megastore, der kommunens politikere og administrasjonen satt med begge hendene på rattet og hadde full styring i en ryddig og samordnet prosess.

- Sier vi nei til kjempebutikker, sier vi nei til mangfold, til skjerpet konkurranse som gir oss bedre butikker og tilbud, og til økt omsetning for hele byen. Se bare hva IKEA har ført til: Omsetningen for byens møbel- og interiørbransje har økt tilsvarende IKEAs omsetning. Vi har rett og slett fått bedre butikker og mer handel over hele fjøla.

## FORSTERKER BYENS POSISJON

Men etableringen har ikke fått konsekvenser bare for møbelbransjen. - Slike butikker gir ringvirkninger og gjør byen attraktiv langt utover både kommune- og fylkesgrensene. Det bidrar til økt omsetning i en rekke næringer og virksomheter, fordi det gir mer aktivitet til byen. Skal Trondheim være regionsenter for Midt-Norge, må vi ta grep som forsterker posisjonen. Ikke bare innen forskning, kultur og idrett, men også innen tyngre handel, mener Selberg.

## GOD HANDELSSTRUKTUR

Han peker på at kjempebutikkene om få år vil presse seg frem også i Trondheim – uavhengig av hva politikerne måtte vedta i sine arealplaner. Det betyr ikke at kommunen skal innføre fri etablering, men at den må tilrettelegge arealer som er store nok til å kunne ta styringa.

Han peker også på at Trondheim allerede har en godt etablert handelsstruktur med klar arbeidsfordeling mellom Midtbyen og handelssentrene utenfor bykjernen, og at de nye konseptene vil ikke rokke ved denne strukturen.



- Sier vi nei til kjempebutikker, sier vi nei til mangfold, til skjerpet konkurranse som gir oss bedre butikker og tilbud, og til økt omsetning for hele byen, mener Knut Selberg, daglig leder i Selberg Arkitektkontor.

## MÅ FANGE OPP UTVIKLINGEN

- Den foreslåtte arealplanen greier dessverre ikke å fange opp dynamikken i samfunnet. Hvis planen ikke tar hensyn til samfunnsutviklingen, vil utviklingen uansett komme, men uten at vi sitter i førersetet med mulighet til å styre. Vil vi unngå en uheldig lokalisering av kjempebutikker om 10-15 år, må vi ta grepene nå, mener Knut Selberg.

### BAKGRUNN

Megastores, eller kjempebutikker, kjennetegnes av både butikkstørrelsen og vareutvalget. De tilbyr ikke bare hele produktspekteret innen et segment, men også et svært bredt register innen hvert enkelt produkt. I Trondheim er IKEA megastore på møbel og interiør, men Ultra kan sies å være det i dagligvaresegmentet.

Nå banker byggevarekonseptet Bauhaus på døren, men Trondheim kommunes forslag til arealplaner inkluderer ikke plasskrevende handel av denne typen.

Skal Trondheim ta styringa ved å åpne hoveddøra og si velkommen inn? Eller skal vi låse døra og håpe at konseptet ikke tar seg inn bakveien uten å tørke av seg på beina?

Er Trondheim, miljøet og regionen tjent med at megastores presses ut til Melhus, Malvik eller Stjørdal? Er det dét vi egentlig vil?

STORE FORSKJELLER PÅ Å DRIVE BUTIKK PÅ KJØPESENTRENE OG I MIDTBYEN:

# Samme by – ulike utfordringer

- Det finnes helt åpenbare forskjeller på å drive butikk i Midtbyen og i de bilbaserte kjøpesentrene utenfor. De mest synlige er tilgjengeligheten, driftsstrukturen, og været, sier daglig leder Jarle Pettersen i Samarbeidsgruppen Midtby'n.

Han mener den største forskjellen mellom senterbutikkene og Midtby-butikkene ligger i muligheten til å påvirke.

## FELLESKAP ELLER FRIHET?

- Et typisk trekk ved sentrene er selve sentermodellen, der du igjennom leiekontrakten forpliktet til å være en del av et fellesapparat som sørger for drifting og felles markedsføring. Det gir styrke og færre utfordringer.

Butikkene i Midtbyen lever i langt større grad sitt eget liv. For kundene betyr det et unikt mangfold, som gir seg utslag i en mengde nisjebutikker innen blant annet tekstil, håndverk og kunst. For butikkene betyr det frihet til å realisere egne forretningsdrømmer, men også utfordringer med hensyn til koordinering, mener Pettersen.

## VIRKEMIDLER

Derfor arbeider Samarbeidsgruppen Midtby'n nettopp med å bedre koordineringen av sentrumsbutikkene. Felles åpningstider og markedsaktiviteter er blant oppgavene.

- Her finnes det få andre virkemidler enn å anbefale, og tilrettelegge. Det åpner for at det er fullt mulig å bli med på lasset, uten selv å bidra til fellesskapet.

Kjøpesentrene på sin side har høye krav til resultater og deltagelse. Trekker du ikke nok kunder til senteret, blir du snart byttet ut med en mer attraktiv butikk. Dermed blir sentrene svært like, der de samme sikkerstikkene – sterke kjedekonsepser – går igjen.

## MILJØ

- I kjøpesentrene er selve handlingen det essensielle, og senteret er skreddersydd deretter. Kunden kommer for å handle, og drar igjen når handlevogna er full. Midtbyen skal i langt større grad by på opplevelser og miljø, der handlingen er en viktig del av opplevelsen. Det er ingen tvil om at Trondheims sjel og identitet ligger i Midtbyen, og handelen henger naturlig sammen med kulturtilbudet, serveringsstedene og hotellene.



**Store forskjeller:** Det er to forskjellige verdener i drive butikk Midtbyen og i de bilbaserte kjøpesentrene utenfor sentrum, mener daglig leder Jarle Pettersen i Samarbeidsgruppen Midtby'n.

- Midtbyens suksess måles i stor grad på om det er trivsel og folk i gatene. Dermed bidrar den til å ta vare på de små aktørene, mener Pettersen.

## INFRASTRUKTUR

Ikke minst handler forskjellene om tilgjengelighet.

- Butikkene og kjøpesentrene i Midtbyen er priggitt politikernes valg og beslutninger med hensyn til infrastruktur og parkering, og har begrenset mulighet til å påvirke løsningene. De bilbaserte kjøpesentrene eier gjerne grunnen selv, og kan legge til rette slik det er mest hensiktsmessig for butikkene og kundene. Det er tidsbesparende og kundevennlig.

## LOKALER

Lokalene er et kapittel for seg, mener Pettersen. Mens kjøpesentrene strekker seg langt i å tilby butikkene attraktive og tilrettede lokaler med de beste mulighetene for å trekke kunder og eksponere seg, driver de fleste sentrumsbutikkene i gamle bygninger som langt fra er tilpasset dagens handlemønstre.

- I Midtbyen er det en stor utfordring å tilby lokaler som tilfredsstiller kravene til moderne butikkdrift – også i de nye byggene som kommer opp.

## VÆRET

Skal vi først snakke om forskjeller mellom Midtbyen og kjøpesentrene, kommer vi ikke utenom været. - Det er klart at handelen i Midtbyen er langt mer styrt av været. Dårlig vær er en utfordring. Godt vær er velsignelse. Men heller ikke været er upåvirkelig: Bygger vi flotte "glassparaplyer" over handlegatene, har vi gjort mye for å forbedre trivselen i Midtbyen.





**Nye behov:** Skal vi få de nyeste handelskonseptene til Trondheim, må vi kunne tilby arealer og lokaler som tilfredsstillers dagens krav, mener Eiendomssjef Ole Eidem i E.C. Dahls Eiendom.

## HVORDAN FÅ NYE BUTIKKER OG TRENDER TIL TRONDHEIM?

# - Åpenhet, arealeffektivitet og tilgjengelighet

**Hvordan skal Trondheim bli byen med de nyeste trendene, ideene og konseptene? - Første bud er å tilpasse nye butikkbygg til dagens handelskonsepter, mener eiendomssjef Ole Eidem i E.C. Dahls Eiendom.**

- Skal byen gi nye aktører mulighet til å etablere seg og drive lønnsomt, må vi tilby lokaler og infrastruktur tilpasset dagens handlemønster. Det betyr vekt på åpenhet, arealeffektivitet og tilgjengelighet, sier Eidem.

### NYE BEHOV

Han mener stikkordene gjelder både i og utenfor Trondheim sentrum, og etterlyser samarbeid der byggeiere og kommunen i felleskap tilrettelegger nye arealer tilpasset nye behov – både i bykjernen og i randsonene.

Ifølge Eidem er utfordringen å få bygningsmassen og tilgjengeligheten i sentrum til å henge med utviklingen i handlemønster og -konsepter.

### FUNKSJON

- Når det bygges nytt, bør vi bli flinkere til å tenke funksjon, og la den nye arkitekturen ta utgangspunkt i dagens behov. Det betyr store nok butikkarealer til å få alt på ett plan, åpne inngangspartier og mulighet til å vise seg frem.

- Vår felles utfordring er å skape effektive butikklokaler i en by med historie og atmosfære. Da trenger vi klare retningslinjer som tydeliggjør byens prioriteringer, mener Eidem.

### KLARE VISJONER

- Vil vi ha nye konsepter til Trondheim, trenger vi langsiktige, klokkeklare og felles visjoner som er enkle å styre etter og bidrar til å gjøre byen attraktiv for nye aktører. Da må all aktivitet, arkitektur og infrastruktur bygge på denne visjonen.

UNNI OSTROVSCHI I HEIMDAL BLOMSTER:

# Tror på kvalitet og gode opplevelser

**Konkurransen, kompetansen, kvaliteten og koordineringen er viktige stikkord for Unni Ostrovschi, eier og driver av Heimdal Blomster. De fire k'ene byr på både utfordringer og muligheter for den som driver butikk i Trondheim.**

- Svært mye har endret seg siden bestemor startet forretningen for 47 år siden, forteller Unni Ostrovschi, som er tredje generasjon blomsterhandler. - Men fortsatt er service alfa og omega.

## - MÅ GJØRE OSS FORTJENT

Hun tror butikkeiere flest møter de samme utfordringene: Å finne kompetent arbeidskraft som kan både salg og produkt, tilpasse seg ny konkurranse, og få butikkene til å stå sammen om markedsføring, åpningstider og aktiviteter. Men aller mest handler det om å få kundene inn i butikken og gi dem gode opplevelser.

- Kundene må ville komme til oss. Vi kan ikke tvinge noen – vi må gjøre oss fortjent til dem, mener Ostrovschi. Hun er lykkelig over hver nye kunde, men enda mer fornøyd for hver kunde som kommer tilbake.

## FAGKOMPETANSE

For det er utvilsomt blitt tøffere å overleve. I dag selges det blomster i enhver dagligvarebutikk og bensinstasjon, og blomsterforretningen i Heimdal sentrum har måttet finne sin nisje.

- Vi har sluttet å selge "melk og brød-planter". På sesongvarer det går dusinvis av, kan vi ikke konkurrere. I stedet satser vi på kvalitet, service og fagkompetanse, og det vet kundene å sette pris på.



## KVALITET

For Ostrovschi er kvalitet helt avgjørende. Både på blomster som hun håndplukker hos grossistene, på håndverket og på kundebehandlingen. Derfor vil hun heller ikke bli del av en kjede som bestemmer utvalg, priser og markedsføring.

- Jeg er veldig heldig som har fått tak i så gode medarbeidere. Med stadig høyere faste utgifter er det lett å spare inn på arbeidskraften, men det lønner seg garantert ikke i det lange løp. Det er servicen og kvaliteten som avgjør om kunden kommer igjen, sier Ostrovschi, som startet i yrket med å selge blomster og jordbær på Torget som tolvåring.

## - DE KOMMER ALLTID TILBAKE

Hun tror på kundelojalitet, og er ikke redd for å gi gode råd og anbefalinger, også til dem til bare kommer innom for å "kikke". Og hun er opptatt av å la orden og vakre blomster prege lokalet. - Det er flott dersom folk får gode ideer ved å kikke i vinduene og stikke innom for en prat og en kopp kaffe. Da kommer de alltid tilbake.

## DET VIKTIGE FELLESKAPET

Men hun vet at ikke alle tenker likt om å drive butikk. Selv er Ostrovschi fornøyd med at butikkene på hennes tun har blitt enige om felles og utvidede åpningstider.

- Vi som driver enkeltbutikker har helt andre utfordringer enn kjøpesentrene har. Skal kundene handle på Heimdal, må de se at det finnes et miljø som tilbyr mer enn dagligvarer. Da er det langt mer effektivt med en stor fellesannonse enn ti småannonser for enkeltbutikkene.

- De siste årene er det gjort veldig mye bra på Heimdal. Næringsforeningen, med Unni Espnes i spissen, har jobbet med blant annet koordinering og felles markedsføring. De gode resultatene viser hvor viktig det er med felles strategier, mener Ostrovschi.

**Kompetanse:** Service og kunnskap er fortsatt alfa og omega for å få lojale kunder. Eier og driver Unni Ostrovschi (t.v.) har gode medarbeidere i Trine, Elin og Rigmor (ikke tilstede på bildet).



**Tøffere konkurranse:** Mens enhver dagligvarebutikk og bensinstasjon selger "melk og brød-planter", har Heimdal Blomster valgt å satse på kvalitet og kompetanse.

## Strategisk og finansiell rådgiver for små og mellomstore bedrifter i Midt-Norge

**Impello Management AS er i sterk vekst og har etablert seg som et uavhengig og toneangivende miljø innenfor strategisk og finansiell rådgivning.**

Vi tilbyr bl.a. følgende tjenester:

1. Strategi- og forretningsutvikling
2. Partnerstrategi og internasjonale partnersøk
3. Finansieringsløsninger
4. Verdivurdering og rådgivning ved gjennomføring av transaksjoner (kjøp, salg, fusjoner m.v.)

Vi bistår bedrifter i alle bransjer, men vår primærfokus er teknologi- og vekstselskaper innen olje/gass, energi og IKT på landsbasis.

Vi er 6 ansatte i Trondheim med tilholdssted i Innherredsveien 7 (Industribygget vis-a-vis Solsiden).

Se [www.impello.no](http://www.impello.no) eller ring 90 22 70 00 for nærmere informasjon.



Bak fra venstre: Anders Tørud, Frode Iglebæk, Tom Benestad

Foran fra venstre: Jan Biti, Morten Frøseth, Bjørnar Reitan

**IMPELLO**

Impello Management AS

# Hvor mye

## er bedriften din verd?

**I** DISSE dager vurderer en rekke virksomheter kjøp, salg eller fusjon med andre. De beste resultatene oppnås av eiere som er godt forberedt - og har en god samarbeidspartner under verdifastsettelse og forhandlinger.

Weibull gjennomførte i fjor 25 slike oppdrag i SMB-markedet. Ring oss på 73 80 21 56 / 913 43 317

eller send en mail til [kjell@weibull.no](mailto:kjell@weibull.no), dersom du ønsker en uforpliktende samtale om hvordan vi skaper resultater.

**Weibull**<sup>TM</sup>  
CONNECTING COMPANIES

**Weibull Trøndelag AS • Schultz gate 1 • 7013 Trondheim**

*Weibull bygger bro mellom virksomheter som har nytte av hverandre.  
Vi kaller det "connecting companies".*

**BENTE GÄTZSCHMANN OM TRONDHEIMS  
POSISJON SOM HANDELSBY:**

# Tenk nytt – tenk til- gjengeligheit!

**Tilgjengeligheit og atter tilgjengeligheit. Skal Trondheim beholde sin posisjon som handelsby, er logistikken alfa og omega, mener Bente Gätzschnann.**

- Dersom bilene stenges ute fra sentrum, er Trondheim død som handelsby. Det spår Bente Gätzschnann, senterleder for Solsiden med mange års butikkerfaring i Midtbyen.

Kjøpesenteret på Nedre Elvehavn vokser stadig, men selv bruker senterlederen Midtbyen flittig. - Jeg er utrolig stolt av byen min, og besøker ofte småbutikkene i sentrum. Skal Trondheim greie kampen mot kjøpesentrene, må imidlertid byen og politikerne tørre å tenke nye tanker, mener Gätzschnann.

## ETTERLYSER VISJONER

- Hvor er visjonene for byen? Visst har det skjedd mye bra de siste ti årene. Blant annet har City Manager gjort en god jobb. Likevel skulle jeg gjerne sett mer handlekraft, sier Gätzschnann, som mener politikernes vingling viser at de mangler klare strategier for byen. - Den uryddige prosessen rundt Torvet er bare ett av mange eksempler på manglende visjoner.

*Tilgjengeligheit betyr alt, ifølge Bente Gätzschnann. Hun har mange års erfaring både fra butikkdrift i Midtbyen, og som senterleder på Solsiden.*

- Vi vet lite om fremtidens handlemønster. Nettopp derfor trenger vi planer for hvordan vi skal trekke folk til byen i årene fremover. Jeg tror ikke løsningen ligger i å lage kopier av gammel arkitektur og fortidens handlemønstre.

## HANDEL OG OPLEVELSE

- Er vi ute etter bare å handle, er det enklest å dra til kjøpesenteret. Drar vi til byen, vil vi ha andre opplevelser. Olavsfestdagene er et glimrende eksempel på bruk av byrommets fortrinn.

Visst ser Gätzschnann begrensningene. Som senterleder koordinerer hun all aktivitet og butikkdrift på Solsiden. - Trondheim sentrum består av mange aktører med til dels motstridende interesser: gårdeiere, butikkeiere og politiske konstellasjoner har alle sin agenda. Da er det lett å sparke bein for hverandre.

- Trondheim har mennesker og miljøer med engasjement, midler og makt. Det må byen bli flinkere til å utnytte!

## MODIGERE

Generelt synes hun Trondheim kommune burde vært flinkere til å legge til rette for investorer og gode ideer. Og kanskje også til å sette krav. Vel og merke dersom byen hadde hatt klare visjoner som legitimerer politikken og kravene. For ifølge Gätzschnann handler alt om å ha en visjon og være tro mot den.

- Hva med å forbeholde én av handlegatene til nyetablerte småbutikker? Eller å innføre kvoter for hvor mange banker, forsikringsselskaper og kiosker som får lov til å etablere seg på gode handlehjørner og førsteetasjer? Det ville vært modig.

## REN FORNØYELSE

Gätzschnann etterlyser dessuten tiltak som får bukt med søppelet i gatene.

- Når jeg kommer tilbake fra reiser, skjennes jeg over søppelsituasjonen i Trondheim. Det inviterer ikke akkurat til "trivelig handel". Her må kommunen ta ansvar! Det er flott med frivillige ryddemannskaper, men det blir feil når frivillig innsats fører til at kommunen ikke gjør noe grunnleggende med problemet.

## LOGISTIKK OG PARKERING

Men først og fremst handler det altså om tilgjengeligheit. Om å ønske folk velkommen til byen, gi informasjon om parkeringsmuligheter på store tavler, og sørge for at folk kommer seg enkelt til og fra. Om hyggelige gågater som byr på mer enn kiosker og stengte dører, og om romslige parkeringshus. Hun har stor sans for Odd Reitans parkeringsløsning under Olav Tryggvasons gate, men ser også gjerne for seg store parkeringsplasser i utkanten av byen, og miljøvennlige småbusser som går i rute mellom bilen og Midtbyen for en billig penge.

- Når det bygges kjøpesentre, er logistikk og parkeringsmuligheter det aller første som må på plass. Skal Midtbyen henge med i konkurranse med kundene, må det samme gjelde her, mener Bente Gätzschnann.

# - Genialt med nærsentre!

- Det er genialt å samle nærhandelen i bydelssentre, eller nærsentre, som jeg liker å kalle dem. Det sier Tone Moum, senterleder for fire av Trondheims bydelssentre.

Hun synes Trondheim kommunes planer om å samle handelen mest mulig i bydelssentre er bra. - For oss er dette helt topp! Jeg lever og ånder for den nære handelen, og vet hvor viktig den er for kundene.

## FUNKSJON FORAN OPPLEVELSE

- I nærsentrene er funksjonen og tilgjengeligheten viktigere enn opplevelsen. Du kommer ikke til nærsenteret for å få en shopping-opplevelse – du kommer hit for å få gjort det du trenger, og så dra igjen. Da er tilgjengelighet, butikkmix og service det viktigste, mener Tone Moum.

Hun er senterleder for fire av Trondheims bydelssentre. Valentinlyst senter tok hun over for snart seks år siden, Fossegrenda senter for to år siden, Trægården på Ranheim i fjor høst, og Byåsen butikk-senter i februar. Og hun er ikke i tvil om at bydelssentrene har en helt særegen rolle i trondheimernes hverdag.

## NÆRT OG HYGGLIG

- Disse sentrene er til for å dekke de fleste av de hverdagslige behovene. Særlig kombinasjonen helse og dagligvarer er viktig. Gjennomsnittskunden er innom senteret "sitt" to-tre ganger i uka, og da er det viktig at senteret ligger i nærheten av der kunden bor, mener Moum, som liker navnet nærsenter. - Det er koselig, trygt og sier mye om nærheten til kundene, både fysisk og ikke minst relasjonsmessig.

## GENIAL MIKS

Hun mener at størrelsen på senteret ikke er avgjørende. - Det er funksjonen og beliggenheten som avgjør. Her finner du gjerne lege og tannlege, bank og postkontor, apotek, og selvsagt dagligvarebutikk. Og gjerne et spisested og flere nisjebutikker i tillegg. Det er rett og slett miksen av butikker og tjenester som er genial. Men vi skal ikke fylle alle roller – da tror jeg mye av nær-tankegangen blir borte.



**Hverdaglig:** Bydelssentrene må dekke de fleste av de hverdagslige behovene – kombinasjonen av helse og dagligvarer er ifølge Moum særlig viktig.

Moum er ikke redd for å trekke paralleller til de gamle handels-samlagene, som hadde både jernvarer og konfeksjon i tillegg til dagligvarene, som hadde de samme personene bak disken hver dag, og som selvsagt hadde et par bord og stoler der du kunne sitte ned og ta en kaffekopp i lag med sambygdingene.

## NETTVERKSBYGGER

- Noe av det viktigste med nærsenteret, er relasjonene mellom kundene og de ansatte. Båndene som knyttes når du treffer det samme mennesket bak disken hver uke, gjør noe med trygghetsfølelsen og lojaliteten. Vi blir rett og slett en viktig del av nabolaget og nettverket, tror Moum.

Nå er Valentinlyst senter i ferd med å bygge ut til mer butikkareal, flere boliger og bedre atkomst for både beboere og kunder. - Det viktigste med nærsenteret er at det må være enkelt å komme hit, uansett alder og framkomstmiddel.

Likevel har Moum ingen som helst planer om å ta opp kampen med storsentrene. - Du kan ikke få både ubegrenset antall kvadratmeter og god butikkmix. For oss er det siste det viktigste, mener Moum.



**Genialt:** Senterleder Tone Moum synes nærsenterkonseptet er genialt. Her i prat med Solfrid Aune i butikken PS Interior AS i Valentinlyst Senter.



**Nettverk:** Gjennomsnittskunden på Valentinlyst senter kommer innom to-tre ganger i uka. Det gjør oss til en viktig del av nabolaget og nettverket, tror Moum.

SETT AV DATOEN FOR ÅRETS MANIFESTASJON

# Gjentar suksessen fra 06

I fjor var 550 næringslivsledere påmeldt til åpen dag hos Næringsforeningen. Det ble en gedigen manifestasjon av styrken i næringslivet i Trondheimsregionen gjennom fellesarrangement, 17 parallelle seminarer og middag Palmehaven. 24. september gjentar vi suksessen. Møt opp!

Hovedtrekkene i programmet blir imidlertid som i 2006. Påmeldingen starter når seminarene er klare.

## PROGRAM:

- 13.00:** Felles seminar i Britannia Hall.  
 Dette står NiT for! Nils Kristian Nakstad, styreleder.  
 Er Trøndersk næringsliv noe å skryte av?, Trygve Hegnar, Kapital, Finansavisen, med mer.
- 14.30:** Pause,.
- 15.00:** Velg ett av ca 20 bransjeseminarer - Se liste på neste side.
- 17.00 – 19.00:** Middag og mingling.



Sett av:

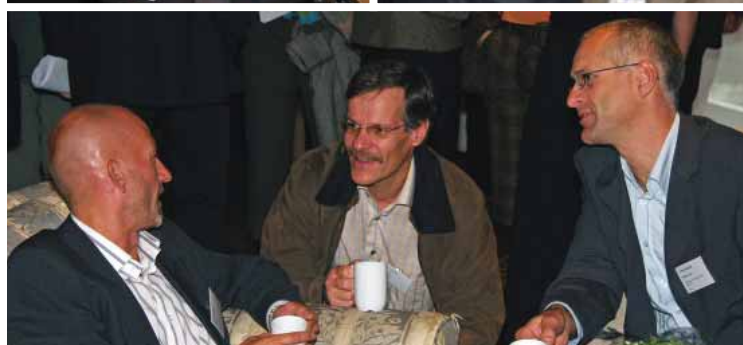
**Britannia Hotel 24. september kl. 13.00**

Les mer på våre hjemmesider og i MidtPunkt i august.

## PARALLELLE SEMINARER

Bransjeseminarene er under utarbeidelse. Noen kan strykes og nye komme til. Følg med på våre hjemmesider fra august for nøyaktig oversikt!

1. Solcellenæringen - en næring som kan bli like stor som petroleum for Norge.
2. Byggebransjen - hvordan klare etterspørselen eller foran tøffere tider?
3. Handel - Trondheims største bransje med økende konkurranse fra omegnen.
4. Havbrukseventyret fortsetter.
5. Norskehavet: En meget utfordrende petroleumspol.
6. Serveringsbransjen i Trondheim - bransjen med 11 % vekst i 2006.
7. Utelivsbransjen: Er byen med sans for feiring i fare for å miste "privilegiene", nemlig skjenkeløyvene?
8. Reiselivsnæringen og opplevelsesbransjen: Hva er våre beste kort?
9. Energibransjen i Midt-Norden. Felles utviklingspotensialer?
10. Transport: Jernbanetransporten som den store muligjørereren?
11. Utfordringer i helsesektoren: Hvor blir langsiktigheten, hvor er bedriftspotensialene.
12. Arealplanen for Trondheim kommune - slik gir vi oss handlekraft innen næring- og boligareal.
13. Finans- og investorbransjen i regionen: en vital gruppe som satser regionalt.
14. Midt-Norsk handelskammer: Handelsattasjeene inviterer til seminar om sitt land.
15. Trondheims kreative næringer - ståsted og muligheter.
16. Utvalgte emner innen miljøsidan: CO2 rensing, hva kan vi?
17. Sekundær ressursene / avfall - hva skjer?
18. Spillbransjen - hva kan Trøndelag levere, hvem er kundene?
19. Skognæringen ovenfor en ny vår: Høye priser og på bio - eller er det kun et blaff?
20. Byutvikling i Midtbyen: Museum eller levende sentrum?
21. Grafisk og media: Konkurranse og samarbeid.
22. Trådløssatsingen - er vi på rett veg, hva er egentlig markedspotensialene?
23. Mikroelektronikk og instrumentering: Slik løser vi de vanskeligste instrumenteringsoppdragene.
24. Næringsmiddelbransjen under endring - nye muligheter.



Bedriftshelsetjeneste med  
rask tilgang til lege og  
spesialister.

Åpent på telefon 24 timer i døgnet



Kontakt: tlf 95 29 28 21  
e-post havard@moxnessbht.no  
www.moxnessbht.no

**Moxness**  
BEDRIFTSHELSETJENESTE   
NÅR STABEN ER VIKTIG

# Vil ha næringslivet på partilistene

**Skal vi ivareta demokratiet, bør alle samfunnsgrupper være representert i politikken. I dag er næringslivet helt klart underrepresentert, mener Lars Gjedebo. I september stiller han til valg på Fremskrittspartiets liste i Trondheim.**

## ALT PÅVIRKER NÆRINGSLIVET

- Svært mange av sakene som behandles i bystyret har direkte innvirkning på næringslivet. Alt fra overordnet byplanlegging og infrastruktur til konkrete byggesaker og tilgangen på parkeringsplasser. Skal næringslivets interesser bli ivaretatt, må vi sørge for at vi er på de arenaene hvor beslutningene blir tatt – også i politikken, mener Gjedebo, som har lang erfaring innen handel og eiendom i Trondheim.

## TRENGER VERDISKAPERNE

- Vi kan ikke forvente at folk som aldri har jobbet i privat næringsliv har forståelse for hvordan næringslivet fungerer, og dermed hvordan vi skal få næringslivet i Trondheim til å fungere. Derfor kan vi heller ikke risikere at politikken blir forbeholdt offentlig ansatte. Politikken trenger mennesker med erfaringer fra alle områder, ikke minst fra næringslivet, som jo skaper de verdiene vi skal leve av i fremtiden.

## GOD 97-BØLGE

Gjedebo har mye godt å si om de ti årene etter tusenårsjubileet i 1997. - Det har skjedd mye, og politikerne er blitt mye flinkere til å ta tak i ting. Både kulturlivet og næringslivet har blomstret, og dette må vi bygge videre på.

Etter å ha jobbet i FrPs fylkesorganisasjon siden starten på 90-tallet, vet han at politiske verv er tidkrevende. - Sier du først ja til å stå på lista, bør du vite hva du går til. Men har du interesse for utviklingen i byen og kommunen, finnes det knapt noe som er mer spennende å bruke tiden på.



**Vil påvirke:** - Skal næringslivets interesser bli ivaretatt, må vi sørge for at vi er på de arenaene hvor beslutningene blir tatt – også i politikken, mener Lars Gjedebo. I september stiller han til valg på FrPs liste i Trondheim.

## HELT OG LANGT

- Vi er mange som er glade i byen vår. Ved å engasjere deg i lokalpolitikken får du bidra til å ta vare på den, og til å påvirke hvordan den skal se ut og fungere om ett, ti eller femti år.

Gjedebo peker på flere områder næringslivet burde hatt langt større innflytelse. - Det finnes mye byråkrati som gjør det vanskelig å drive effektiv næringsutvikling. Prosessene tar lang tid, og ofte med uforutsigbart utfall. Vi trenger flere helhetlige tanker i og om Trondheim, sier Gjedebo, som berømmer Odd Reitan for å ha lansert en helhetlig plan for Midtbyen. Nå håper han innspillet setter i gang prosesser som utløser flere store og lange tanker.

- Hva skjer med Brattøra? Hva skal vi gjøre med Torget? Hvordan skal vi forholde oss til nye næringsaktører som vil etablere seg i kommunen? Trondheim har mange planer som er stykkevis og delt. Nå er det på tide å sette tankene sammen, og da må næringslivet være representert i kommunepolitikken, mener Gjedebo.

## Bystyrekandidater fra næringslivet

På neste side følger oversikt over kandidater til bystyret som jobber i næringslivet. Valget er 10 september. Første kolonne viser til plassering på listen. Personer med uthevet skrift er kumulert.

Du kan påvirke sammensettingen av Bystyret. Det er lov å gi en ekstra stemme til de kandidatene du mener er best skikket. Dette gjør du ved å sette kryss til venstre for navnet når du avgir stemme. Summen av tilleggstemmer en kandidat får, avgjør rekkefølgen, og hvem som dermed kommer inn i bystyret.

Man kan også føre opp personer fra andre lister. Anledningen til å stryke er tatt bort.

Vil du se partienes fullstendige lister, ligger disse på [www.trondheim.kommune.no](http://www.trondheim.kommune.no)



**AP**

4. Geir Waage Markedskonsulent, Kosmorama
6. Rune Olsø Strategidirektør, Entra Eiendom
9. Sissel Trønsdal Regnskapsfører, Olavsfestdagene
10. Roar Aas Tømrer
16. Per Olaf Digre Pensjonist (bilverksted)
20. Roger Holmeng Platearbeider/sveiser, Langeland og Skei
21. Cath Jane Ramfjord Administrasjonssekretær, Malvik Everk AS
22. Leif Magne Samstad Kinobetjent
28. Erling Wåde Pensjonist (NKL)
31. Aasta Johanne Loholt Regnskapsmedarbeider, KL regnskap
32. Roar Johnny Hellum Heimdalgruppen
40. Roy Lund Konserntillitsvalgt, Siemens
41. Bente Gaarder Andersen Seniorforsker, SINTEF
45. Ingvill Kvernmo Seniorkonsulent PwC
48. Torbjørn Audun Solem Salgskonsulent, LaMote
53. Judith Samstad Daglig leder, Sommer knappebutikk
58. Håvard Kristian Fiskvik Lagersjef
60. Truls Nedregård Avdelingsleder, tns Gallup
64. Terje Aaberg Elektriker

19 av totalt 67, 28,4%.

**FRP**

2. Morten Kokaas Saksbehandler, Fokus Bank
6. Hans Borge Seniorforsker, Pera AS
12. Sissel Solbu Kotte IT-konsulent, ElanIT
14. Bjørn Hildrum Konsulent, Kjeldsberg Kaffebrenneri
15. Unni Myklevoll Reiseleder, Hurtigruten
17. Reidun Carstens Bankmedarbeider
18. Johan A. Engberg Bankfullmektig, Fokus Bank
20. Sigmund Ofstad Glassmestersvenn
22. Terje Kulvik Daglig leder, Verktøysenteret Terje Kulvik
25. Roger Skjetlein IT Field Technician, Google
27. Helmer Løvik Pensjonist (PGS Production AS)
28. Solfrid Nilsen Pensjonist (butikk)
29. Lars Gjedebo Selvstendig næringsdrivende, Laco
32. Ola Staverløkk Salgsjef, O. S. Solhaug AS
35. Raymond Selvaag Busseier, Selvaag buss
38. Torfinn Svanem Advokat
39. May Leen Holm Selvstendig næringsdrivende
40. Atle Maap Daglig leder, Dreams Go Go bar
42. Pål Morten Nerland Lagermedarbeider
43. Alf S. Støllann Sjøkaptein

20 av totalt 44, 45,5%.

**H**

3. Michael Setsaas Psykiater, Setsaas medisinske senter
5. Bengt Eidem Senior kommunikasjonsrådgiver, Røe kommunikasjon
7. Otto A. Hammervold pensjonist (markedsjef Fosen trafikkselskap)
11. Niklaus Haugrønning Daglig leder, Nik. Haugrønning AS
13. Bente Gätzschmann Senterleder, Solsiden
14. Lars Tvette Konsulent, Pilar Management
20. Randi Storsve Lundquist Daglig leder, Angelamfi
21. Siri Andersen Konsulent, olje/gass
22. Steffen Aune Hovmester, Britannia
27. Lene Fjellstad Kommunikasjonsrådgiver, Røe kommunikasjon
29. Kåre Fossum Verksmester
31. Truls Halvorsen Personalkonsulent
32. Åge Halvorsen Markedsjef Næring, Eiendomsmegler1 Midt-Norge
33. Bjørn Haugstad Forsker, SINTEF
34. Arnstein Hellem Banksjef, Sparebank1 Midt-Norge
39. Nils Otto Huseby Salgsjef
40. Jens Christian Hørlock Advokatfullmektig, Vogt og Wiig
46. Tore Lund Finansrådgiver, Fokus Bank
49. Nicolai Martens Adm. dir, Location
51. Torill Neset Rådgiver, Effecto rådgivere AS
53. Berit Onarheim Markedssekretær KLP Eiendom
55. Jan H. Parow Pensjonist (tannlege)
57. Endre Jo Reite Banksjef
58. Cathrine Rohde Eiendomsmegler, TOBB
59. Knut Røe Daglig leder, Røe kommunikasjon
61. Anne Guri Solem Selnæs Seniorrådgiver, Enova
67. Camilla Roede Skevik Finansrådgiver, DnB NOR
72. Tor Ulrik Sørøng Pensjonist (Braathens)
73. Tore Andreas Torp Sivilingeniør, Statoil
75. Kjetil Utne Innovatør/skribent
76. Gerd Wold Saksbehandler, Lindorff

31 av totalt 77, 40,3%.

**KRF**

4. Trond Garnes Siviløkonom, Telenor
8. Kitt Larsen Produksjonsfullmektig, NOKAS
13. Terje Fjeldvær Driftssjef, Olsen Batterier
28. Kari Mette Singstad Seniorkonsulent EDB, Vital
30. Ole Jørgen Stav Tekstilingeniør

Fem av totalt 36, 13,9%.

**SP**

2. Kolbjørn Frøseth Gårdbruker/snekker/eiendomsfirma
7. Kristian Sætnøe Skinderhaug Sivilingeniør, Statoil
9. Erik Ertlien Økonomidirektør, Retura
15. Lars Stene IT-konsulent, Felleskjøpet
19. Bjørn Håvard Larsen Sivilingeniør, EDB
21. Ole Oldervik Seniorforsker, SINTEF Marin
23. Harald Jakobsen Butikksjef
25. Ole Lauglo Markedssjef, ALLSKOG
29. Gjertrud Eriksen Konsulent
33. Magne Eilif Skjetne Distriktssjef, Proffpartner System Supply
39. Bjørge Bruset Direktør, Tine
42. Asbjørn Saugestad Pensjonist
48. Isak E. Stene Selger, Skipnes AS
52. Anders Eirik Kristiansen Daglig leder, Collego
53. Øivind Mørch Arkitekt
55. Halvor Braa Organisasjonskonsulent, Nortura
59. Arvid Røstum Salgsrepresentant, A-K Maskiner
62. Guri Annie Langlo Kontormedarbeider, Fiskå Mølle
71. Svein Olav Aamot Sikkerhetsrådgiver, Securitas
77. Amund Bredeli Gartner
82. Jostein Meslo Daglig leder
83. Eivind Sætnøe Skinderhaug Snekker
85. Eskild Bjørnhaug Salgsingeniør, Beam AS

24 av totalt 91, 26,3%.

**SV**

21. Steinar Krogstad Tømrer, Veidekke
27. Torgeir Johnsen Lagermedarbeider
29. Svein Rasmussen Arkitekt, Rambøll
32. Solveig Kjøren Lerstad Veileder, Norstat
39. Svein Åge Samuelsen Telemontør
45. Terje Storvik IT-rådgiver
46. Mette Mari Leseth Nilsen Butikksjef
49. Torbjørn Modig Bussjåfør, TT
55. Håvard Lerstad Kjøren Driftsleder
57. Geir Jarle Sirås Tøgelektriker, Mantena
60. Kirsten Johanne Reitan Pensjonist (Telenor)
65. Irene Lindseth Pensjonist (SINTEF)
68. Martin Lindseth Pensjonist (rørlegger)
81. Grethe Osborg Ose Sivilingeniør, SINTEF

14 av totalt 83, 16,9%.

**V**

1. Jon Gunnes Ingeniør, Powel
8. Lars Jølle Konsulent, Lars Jølle IT-tjenester
10. Terje Norddal Sivilingeniør, Rambøll
12. Pål Berntzen Sivilarkitekt, Spor 3 Arkitekter
13. Hanne Grethe Rølland Bankfunksjonær, BN Bank
15. Kim Sørenssen Konsulent, Kim Sørenssen Kommunikasjon
18. Sverre Clausen Arkitekt, ARC Arkitekter
25. Sigurd Gartman Programvareutvikler, Yahoo
26. Hans Petter Hammernes Forvalter, Skagenfondene
28. Nils Heldal Konsulent, Heldal Consult
30. Arve Hov IT-tekniker, Response Retail AS
39. Magne Mæhre Senioringeniør, Sun Microsystems
40. Otte Naustvoll Sivilingeniør, Reinertsen
41. Tor Nicolaisen Sivilingeniør, SINTEF
45. Hans Hysing Olsen Fagleder, Statoil
49. Elsa Mary Reiersen Forsker, SINTEF
53. Tormod A. Sletten Advokat, Tapper
54. Bjørn Håvard Solem Markedsansvarlig, akkreditering.net
58. Egil Utseth Finsansrådgiver, Norsk Privatøkonomi

19 av totalt 64, 29,7%

Vi har sjekket listen med partiene så langt som mulig, men feil kan forekomme.

# Fusjonering av kultur

I de tidligere lokalene til Norges kooperative landsforening driver Atelier Ilsvika et annerledes kooperativ i møtepunktet mellom kultur og næring.

Atelier Ilsvika er organisert som et samvirke og består av ulike Atelier Ilsvika er organisert som et samvirke og består av ulike foretak innenfor skapende yrker. Drøyt 20 mennesker er samlet under felles tak: Her er arkitekter, kunstnere, fotografer, produktdesignere, industridesignere, webdesignere, grafiske designere og journalister.

Atelier Ilsvika jobber i møtepunktet mellom kultur og næring, gjennom blant annet kulturbasert næring. Medlemmene i Atelier Ilsvika samarbeider på tvers av faggrenser i ulike prosjekter. Flere av medlemmene har også et utstrakt samarbeid med enkeltpersoner og bedrifter utenfor atelierfelleskapet, og er en del av et stort og fruktbart nettverk.

Atelier Ilsvika opererer både på den regionale, nasjonale og internasjonale arena. Ateliermedlemmene har deltatt på flere utstillinger og festivaler i utlandet, og jobber på internasjonale prosjekter. Blant annet har Brit Dymes og Arild Juul nylig smykket ut verdens nest lengste tunnel i Kina.

Agraff - arkitektene i Ilsvika er samvirkets største bedrift med ti medarbeidere. Agraff er involvert i mange prosjekter i Trondheim, som Hjerstepromenaden, Dora, ny bro over Nidelva, og i vår vant Agraff konkurransen om SpareBank 1 Midt.Norges nye hovedbygg.

I tillegg til å drifte egne virksomheter, arrangerer Atelier Ilsvika utadrettede kulturaktiviteter som utstillinger, konserter, julemarked, workshop, happenings og ikke minst kulturfestivalen KulturFusjon. Her fusjonerer vi ulike kunst- og kulturuttrykk og mennesker fra forskjellige miljøer. I dette møtepunktet oppstår nye konstallasjoner, kontakter knyttes på tvers av grenser og nye uttrykk skapes. Sensommeren 2006 arrangerte vi den foreløpig største KulturFusjon i Atelier Ilsvikas historie. 200 kunst- og kulturutøvere var i aksjon, og et stort apparat med frivillige hjelpere bidro til å gjennomføre den tre dager lange kulturfestivalen med musikk og forestillinger, installasjoner og utstillinger, sol og tempert badevann, god mat og god stemning.



# og næring i Ilsvika

## MER INFORMASJON:

[www.atelierilsvika.no](http://www.atelierilsvika.no)

Styreleder: Christine Gjermo (911 99 714)

Sekretær: Line Ramstad (971 86 681)

## ANDELSHAVERE I ATELIER ILSVIKA:

Agraff - arkitektene i Atelier Ilsvika

[www.agraff.no](http://www.agraff.no)

Anne Marie Hagerup, kunsthåndverker

[annemarie@kunst.no](mailto:annemarie@kunst.no)

Arild Juul, fotograf

[arildjuul@yahoo.com](mailto:arildjuul@yahoo.com)

Anette Helene Lund, kunstner

[lunane@mi.no](mailto:lunane@mi.no)

Brit Dyrnes, kunstner

[www.britdrynes.com](http://www.britdrynes.com)

Cathrine Dillner Hagen, fotograf

[www.cdh.no](http://www.cdh.no)

Gaia Trondheim, Kristin Støren Wigum

[www.giatrondheim.no](http://www.giatrondheim.no)

Haugum Product Design, Ragnhild Haugum

[rh@hpd.no](mailto:rh@hpd.no)

Jørn Adde, fotograf

[www.addefoto.no](http://www.addefoto.no)

Mediekompaniet i Ilsvika

[www.ilsvika.no](http://www.ilsvika.no)

Spot foto, Jan Christian Sørle

[www.addefoto.no](http://www.addefoto.no)

Synlig design og foto

[www.synlig.no](http://www.synlig.no)

Vigdis Dagsdatter Øien, keramiker

[www.vigdisoien.com](http://www.vigdisoien.com)





# Næringsforeningen – en viktig arena

**For Coop Orkla dreier medlemskapet seg om å delta på en viktig arena for næringslivet i Trondheim og Trøndelag. Det dreier seg om nettverk, kompetansebygging og om at vi som stor næringslivsaktør i regionen skal bidra i ei positiv samfunnsutvikling.**

Det sier administrerende direktør Arild Sørlien i Coop Orkla, en virksomhet som har vokst med over 50 prosent de siste to årene gjennom store fusjoner – og som nå nærmere 90 driftsenheter i 24 kommuner i Sør-Trøndelag og Møre og Romsdal- og som passerer 1,5 milliarder i omsetning dette året.

Coop Orkla er ikke som andre samvirkelag. – Det er vel to forhold som skiller oss ut. Det ene er at vi har stor geografi – med butikker fra Molde i sør til Stokkøya i nord. Det andre er bredden i porteføljen. Selv om dagligvare står for 80 pst av omsetningen, så har vi også betydelig faghandel, drift av bensinstasjoner, kafeteriaer og gatekjøkken, håndverksavdelinger, en takstolfabrikk og husfirma.

## TUNGE INVESTERINGER

Vi opplever at det er en knallhard konkurranse, spesielt i byområder som Molde, Kristiansund og Orkanger. Vi må møte konkurrentene langt oppe på banen. De siste tre årene har vi investert for over 200 millioner kroner, og i perioden 2007-2009 har vi 20 nye investeringsprosjekter på agendaen – og vil satse mer enn 270 millioner kroner. Blant investeringene finner vi ny Mega i Elnesvågen, ny Bygg Extra i Molde, og en rekke oppgraderinger rundt om i hele regionen som vi skal utfordre konkurrentene våre med, sier adm. dir. Arild Sørlien.

### FAKTABOKS

#### Coop Orkla BA

- Handel, håndverk og produksjon
- 1,5 mrd i omsetning
- 86 driftsenheter i 24 kommuner i Sør-Trøndelag og Møre og Romsdal
- 950 fast ansatte
- Hovedkontor på Orkanger
- Adm. dir: Arild Sørlien

# Trondheim – fremtidens investorbby?

**Trønderiske investorer forventer å gjøre større investeringer i 2007 enn tidligere år. Kun en av tre synes imidlertid at Trondheim og Trøndelag er det mest interessante området å investere i. Det kommer frem i en undersøkelse Fokus Bank gjennomførte blant trønderiske investorer tidligere i år. Tallene gir grunn til ettertanke.**

Av Trond Mellingsæter, konserndirektør med ansvar for Midt- og Nord-Norge i Fokus bank

Undersøkelsen viser at lokale investorer ønsker å investere - men ikke her. Det fremgår at trønderiske investorer ikke står samlet om noe patriotisk investerings-mønster som sikrer framtidig vekst i Trøndelag. Tvert i mot synes det å være et flertall av investorene som ikke legger ønsket om vekst i Trøndelag til grunn for sine investeringer.

Hovedkonklusjonen vår er at det er behov for å få frem flere attraktive investeringsobjekter i Trondheim og Trøndelag. Det betyr selvsagt ikke at det ikke finnes flere gode objekter i regionen i dag. EMGS og Petra er gode eksempler, og Nordenfjeldske Dampskibsselskab kan bli det. Dette er trønderiske selskaper i viktige vekstbransjer som shipping og offshorerettet virksomhet.

## REKORDSTOR TILGANG PÅ KAPITAL

Investorens oppgave er å sikre avkastning på investerte midler. Når trønderiske investorer ser de internasjonale markedene som mer attraktive enn de trønderiske, har næringslivet i Trondheim og resten av regionen en utfordring i å overbevise lokale investorer om sin lønnsomhet og fremtidsplaner. Det er et faktum at tilgangen på kapital i Trøndelag aldri har vært bedre. Har man en god nok forretningsidé eller en solid bedrift, ligger alt til rette for å få tak i kapital.

## TRADISJONELT OG RISIKOFYLT

De trønderiske investorene rapporterer at eiendom, shipping/offshore og bankinnskudd/pengemarked er mer interessante investeringsområder i 2007 enn tidligere. Eiendom og bankinnskudd er på mange måter nokså trauste og tradisjonelle former for investering. Shipping er derimot noe mer risikofylt. Her spriker med andre ord viljen til å ta risiko veldig. I lys av viljen til å investere innen shipping og offshorerettet virksomhet pågår det for tiden spennende prosesser i Trondheim. Jeg tenker da blant annet på det som skjer i forbindelse med Nordenfjeldske Dampskibsselskab.

## TRONDHEIM – EN BY I VERDEN

I siste nummer av ARENA Trøndelag leste jeg et intervju med en 25 år gammel mastergradsstudent fra Indre Østfold, Jan Helge Maurtvedt. Han er snart ferdig med sin masteroppgave om "entreprenørskap og IT-klynger" ved NTNUs entreprenørskole i Trondheim. Han forlater byen straks han er ferdig med studiene fordi han mener de mest interessante jobbene er i Oslo. Slik hjerneflukt sier noe om at Trondheim har en jobb å gjøre i forhold til rekruttering. Men det som var mest interessant var det den unge studenten sa om trønderisk næringsliv. Han viste til at antallet børsnoterte selskaper med hovedkontor i Trondheim sammenliknet med de andre storbyene. Det er 113 i Oslo, 23 i Bergen, 16 i Stavanger og bare 13 i Trondheim, sa Maurtvedt, som mener Trondheim må "bli en by i verden, ikke bare en by i Trøndelag".

Slik jeg ser det, setter han her fingeren på et viktig punkt. Det er grunn til en viss bekymring for at landsdelens investorer tilkjenner gir liten lyst til å investere her. Det er behov for et mer robust finansielt miljø i Trondheim og flere gode investeringsobjekter. I det perspektivet bør alle gode krefter plukke opp hansken som er kastet, slik at Trondheim og Trøndelag i fremtiden vil fremstå som mer attraktivt for investorer enn i dag.



# Solidaransvar for skatt ved arbeidsleie

Av Thomas Lidal Jamne, advokat i Pretor Advokat

I et arbeidsmarked med fleksibilitet og arbeidskraft i flyt, må bedrifter kjenne reglene for solidaransvar for skatt og arbeidsgiveravgift. De økonomiske konsekvensene av feil kan bli store.

Når en arbeidstaker stilles til rådighet for en annen bedrift, vil pliktene etter skattebetalingsloven gjelde både oppdragsgiver og oppdragstaker. I en ren entreprise (oppdrag) oppstår ikke solidaransvar for slike ytelser til det offentlige. Det er derfor viktig å skille mellom innleie og entreprise:

Det taler for innleie dersom oppdragsgiver ("leier") har den overordnede ledelsen, likeså at arbeidet utføres på oppdragsgivers arbeidsplass. Videre er det viktig å avklare hvorvidt oppdragsgiver har ansvaret for – og på – arbeidsplassen, om betalingen beregnes etter medgått tid og om det er oppdragsgiver selv som stiller med arbeidsredskap og materiell. Dersom oppdragsgiver også bestemmer antallet arbeidstakere og deres kvalifikasjoner, vil det ganske åpenbart foreligge en ren innleie og fullt solidaransvar. Ved entre-

priser vil oppdragstaker normalt lede arbeidet alene, styre antall ansatte og deres kvalifikasjoner og arbeide på en fastpriskontrakt. Arbeidet vil normalt også være klart avgrenset og entreprenøren vil ha et ordinært **resultatansvar** og stille med egne materialer og utstyr.

Det finnes imidlertid en rekke mellomløsninger som kan skape tvil om det foreligger innleie eller en entreprise. Bedriften bør foreta en grundig vurdering av både dette spørsmålet og hvorvidt utleier / oppdragstaker er en seriøs og solid bedrift som har slike forhold i orden. Solidaransvaret er jo uproblematisk hvis utleier oppfyller sin plikt.

Partene kan avtale fritak fra solidaransvaret. Men dette fritar bare for ansvar overfor det offentlige når dette er bestemt og akseptert av skatteoppkreveren. Det må søkes om dette i forkant; fritak kan ikke gis i ettertid og etterfølgende nedsetting eller ettergivelse er ikke kurant å oppnå.



## Morten Midjo og Odd Reitan inn i styret i Næringsforeningen i Trondheim

Generalforsamlingen i Næringsforeningen i Trondheim valgte i april Morten Midjo (Teeness ASA) og Odd Reitan (Reitangruppen) som nye medlemmer av styret. De erstattet Ole T Bjørnevik (Taubåtkompaniet) og Bjørn Hølaas (Trondheim Energiverk), som valgte å tre ut av styret.

Marit Collin (Kantega AS) var også på valg, og ble gjenvalgt.

### STYRET I NIT ER ETTER GENERALFORSAMLINGEN:

#### Styremedlemmer

Nils Kristian Nakstad (leder)

Thor Arne Falkanger (nestleder) Falkanger Sko AS

Marit Collin Kantega AS

Berit Rian Fokus Bank ASA

Odd Reitan Reitangruppen

#### Varamedlemmer

Ellen Tveit Klingenberg Heimdal gruppen AS

Martin Aagaard AagaEngros AS

Steinar Gjølme SAS Braathens AS

Jorunn Skjoldvor Foss Marine Harvest Norway AS

Morten Midjo Teeness ASA



Morten Midjo og Odd Reitan er nye i styret i Næringsforeningen.

# Bedriftsturer til utlandet

**Det har blitt mer og mer vanlig å arrangere reise for ansatte til utlandet i stedet for tradisjonelle weekendopphold på høyfjellshotell.**

Dette skjer ikke minst på grunn av at utenlandsturer kan være like rimelige som weekendturer i Norge – blant annet fordi flyreiser generelt har blitt rimeligere. Det er ikke uvanlig at slike reiser går til storbyer som Madrid, Barcelona, Praha og London. Turene arrangeres som velferdstiltak for de ansatte, som i praksis har vært godkjent som skattefrie for de ansatte og med fradragrett som velferdsutgift for arbeidsgiver uten plikt til å svare arbeidsgiveravgift. Skattereglene har tillatt at de ansatte har kunnet ha med ektefelle, samboer og barn med på slike arrangementer uten skattemessige konsekvenser.

I de retningslinjer som Skattedirektoratet har gitt anvisning på, er det oppstilt følgende vilkår for at et velferdsarrangement ikke skal medføre fordelsbeskatning for de ansatte:

- arrangementet må være rimelig
- alle ansatte må få tilbud om å delta (avdelingsvise arrangement aksepteres)
- arrangementet må ikke ha karakter av ferie (2–3 dagers helge-/weekend opphold aksepteres)

En spørsmålsstilling som ofte reises i sammenheng med slike utenlandsreiser er om oppholdet kan starte på en torsdag og avsluttes på en søndag. Alternativt at reisen starter fredag og med tilbakekomst mandag – ofte på grunn av at reisene legges til weekends der fredagen eller mandagen er offentlig høytidsdag.

Skattedirektoratet er rimelig bastant i sin holdning og mener at dersom man starter en reise en torsdag med tilbakekomst på søndag – så må hele oppholdet anses som en ferie og følgelig skal det foretas beskatning av de ansatte for den fordelen de har hatt ved reisen. Imidlertid aksepteres avreise fredag ettermiddag og med tilbakekomst mandag morgen. Det legges med andre ord til grunn som avgjørende at en weekend starter tidligst fredag ettermiddag. Standpunktet er opprettholdt selv om reisen utvides på grunn av



Advokat Torkil Kvithyll i KPMG

at man benytter en offentlig fridag – eller for den saks skyld at de ansatte avspaserer eller bruker en feriedag. Dette standpunktet er videre fastholdt i en publisert bindende forhåndsuttalelse datert 3. mars 2003.

Spørsmålet som så reises er om man likevel kan gjennomføre en slik lang weekend reise som skattefri for de ansatte dersom man enten lar de ansatte betale merkostnadene for utvidelsen av reisen med et døgn, alternativt innberetter en skattepliktig fordel for de ansatte for merkostnadene eller at man gjennomfører minst en hel arbeidsdag med faglig innhold i form av kurs/arbeidsmøte.

Skattemyndighetene burde ha atskillig forståelse for en slik regnskaps- og skattemessig behandling dersom denne er gjennomført på en måte som viser at det er foretatt en grundig vurdering. Det bør i tilfelle lages et notat som viser kostnadene og hvordan de er behandlet regnskaps- og skattemessig samt at det må vedlegges agenda/kursdokumentasjon som en del av regnskapsmaterialet. Hvor vidt vurderingen vil bli akseptert av skattemyndighetene kan være usikkert – særlig tatt i betraktning forhåndsuttalelsen av 3. mars 2003.

## Konferanse?

**Fokuser på tema  
– overlat resten til oss.**

**www.trondheim.cc**  
**arrangement@tvette.com**  
**T 73 80 77 20**





## Forskningsprosjekt i nettverk skaper "born to be global"-bedrifter.

- Når nye produkter krever at man tenker internasjonalt parallelt med produktutviklingen.

Quick Feedback Systems AS (QFS) ble etablert juni 2006, og allerede nå handler mye om internasjonalisering. Produktet er en programvare for dataregistrering på PDA basert på "multimedia", dvs. tekst, foto, lyd, og video med eller uten lyd.

*Erling Thune-Holm i SKANSKA bruker PDA for registrering av feil på en byggeplass.*

FOTO: TEKNISK UKEBLAD, ESPEN LEIRSET

Aktørene bak QFS, presenterte i 2005 en demonstrator på et portabelt "datafangst" konsept for ledelsen i SKANSKA Norge. På første møte viste SKANSKA stor interesse og det ble snart skrevet avtale om utvikling av en prototyp. I 2006 ble selskapet stiftet og kontrakt om leveranser inngått. Produktet, QFSurvey, er nå i drift på flere av SKANSKAs avdelinger, og det er diskusjoner om introduksjon både i Sverige og Danmark. QFSurvey er også tatt i bruk på et prosjekt hos Veidekke Entreprenør AS, og en intern evalueringsrapport derfra anbefaler at det innføres på flere prosjekter i bedriften.

Hva er så suksess oppskriften, spør vi daglig leder Gunnar Vist? - Vi var en gruppe av små bedrifter som i 2005 ble med i forskningsprosjektet LBS-Innovasjon. Prosjektet er støttet av Norges Forskningsråd, og bruker SINTEF, Trøndelag Forskning & Utvikling samt Høyskolen i Nord-Trøndelag som leverandører på FoU-tjenester. Målet er å redusere tid fra ide til lansert produkt med 50 % innen tjenesteprodukter basert på lokasjonsbaserte teknologier. Referansecasene tyder på at 3 år er et normalt løp fra ide er født og til selskapet er etablert med kontrakter i markedet. Ved å benytte erfaringer og kunnskap fra LBS-Innovasjon, ser vi nå ut til å klare dette på halve tiden, men fortsatt er det mye å gå på legger han til. Etableringen av QFS var den første bedriftsetableringen som kom som et resultat av forskningsprosjektet. Å tenke internasjonalt er nødvendig fra første dag. Her har LBS-Innovasjon også gitt resultater, avslutter Vist.

### FAKTABOKS

QFS har i dag 2 ansatte i tillegg til at eierbedriftene bidrar med kapasitet. Bak selskapet står Leksvik Teknologi AS, MindBusiness AS og MSC AS.

Basert på resultatene i LBS-Innovasjon publiseres foredrag og artikler nasjonalt og internasjonalt.

Info: [www.lbsinnovasjon.no](http://www.lbsinnovasjon.no) og [www.quickfeedback.no](http://www.quickfeedback.no)

# Suksess med sjøsprøyt

**Fem 40-fots seilbåter og Trondheimsfjorden. Det blir det spreke opplevelser av, lover Blaa Energi.**

Fokus på samarbeid og prestasjoner i krevende omgivelser har gjort Blaa Energi til en etterspurt arrangør av opplevelsesturer for næringslivet. I sommer er Telenor og Entra Eiendom blant bedriftene som går sjøveien.

### KASTET LOSS

- Vi startet konseptet for fire år siden, og nå går det så det suser, sier daglig leder Arne Rathe. - Det eneste vi frykter er vindstille.

Rathe var medeier og driver av reklamebyrået Bennett før han kastet loss og satset på opplevelsesseiling for bedriftsmarkedet. Med seg i selskapet har han Kristian Torkildsen og Berit Melbye.

### MESTRINGSGLEDE

- Det er deltakerne som seiler båtene. Når folk får oppgaver og blir en del av teamet, presterer de mer enn de trodde var mulig, forteller Rathe. - De minst sjøsterke får stå til rors. Av de nesten 2000 menneskene vi har hatt med på fjorden, har jeg ennå til gode å oppleve noen bli sjøsyke.

Blaa Energi arrangerer både opplevelsesturer på den for mange uopdagede Trøndelagskysten, og konkurranseseiling. - Sett tre like båter med Blaa Energis skipper og en håndfull mennesker på startstreken, og folk som knapt har satt sjøbein, seiler som de ikke skulle gjort annet, sier Rathe. Han mener Trondheimsfjorden er perfekt for både opplevelser og konkurranseseiling.

### ÅRLIG SEILCUP

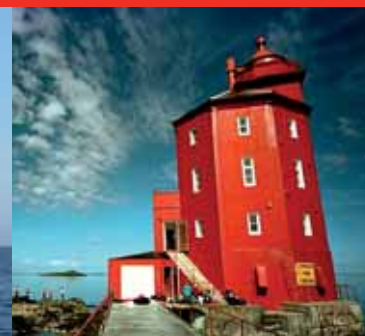
Derfor er også selskapets årlige Adresseavisen Seilcup populær, med tre ukentlige seilkvelder der tre lag konkurrerer om å gå videre. Regattaen går på egen bane mellom byen og Munkholmen. Det gjør den attraktiv også for skulelystne på land.



*Blaa Energi arrangerer både opplevelsesturer og konkurranseseiling for bedrifter. Bildet viser laget fra emgs på finaldagen i Adresseavisen seilcup 2006.*



# Opplev Møre- og Trøndelagskysten i sommer



Naturopplevelser



Overnatting



Aktiviteter



Kultur



Mat og hygge



Sosialt



Mennesker



Kurs

## Starten på opplevelsen

*Trondheim – Kristiansund. Et mylder av muligheter i vakker kystnatur.*

Kystekspresen går mellom Kristiansund og Trondheim og gir deg tilgang til en rekke områder og aktiviteter i og mellom de to byene. Opplev naturperlene på Møre- og Trøndelagskysten i sommer. Reis med Kystekspresen – din billett til opplevelsene.  
[www.kystekspresen.no](http://www.kystekspresen.no)



Foto: Stein Olav Svendsen, Rune Kristiansen, Asbjørn Aastrøm og Dan Åkren. © BENNETT AS

T17601 www.creato.no



Trondheim • Bergen • Sotra • Stavanger • Oslo • Esbjerg

## Vi skaper et tryggere samfunn

Falck Nutec leverer kompetanse i å forebygge, håndtere og lære av kritiske situasjoner. Dette gjennomfører vi gjennom trening, rådgiving og å yte assistanse.

Med over 30 års erfaring fra olje- og maritim industri, har Falck Nutec opparbeidet seg kompetanse som etterspørres internasjonalt.

Foruten flere treningssentre i Skandinavia, har Falck Nutec AS virksomhet i Malaysia, Nederland, Brasil, Storbritannia, Trinidad og De Forente Arabiske Emirater.



# Effektive avfallsløsninger for byens næringsliv

Ta kontakt for en uformell prat – ring 815 52 300

## RETURA

ET MILJØ I BALANSE

[www.retura.no](http://www.retura.no)

# NYE medlemmer

## Skansen Catering

Har levert meget god kvalitet i mange år og er godt kjent for god hjemmelaget mat og tilbyr alt innen selskapsmat! Vi har utkjøring hver dag året gjennom og skreddersyr en løsning som passer ditt behov. Vi har også et veldig populært middagskonsept med 5 ulike dagens retter som vi kjører ut til bedrifter hver dag. Se gjerne litt på vår hjemmeside [www.skansencatering.no](http://www.skansencatering.no). Og alle medlemmer i Næringsforeningen får selvfølgelig en "nice price".

## Gågata Cafe AS

Trondheims eldste cafe, tidligere kalt Norønna Kafe. Her serveres det god tradisjonsrik mat hver dag og alle nabobedrifter tilbys "nabokort"! Gågata Cafe har hver dag 5 ulike dagens retter til kun kr 89,- inkludert kaffe/te. Vi har også eget lekerom for barn samt et møterom som bedrifter kan leie. Lokalene brukes også til lukkede arrangementer kveldstid/helge så her er det bare og ta kontakt om man ønsker et godt tilbud på noe av det vi kan tilby. Og alle medlemmer i Næringsforeningen får selvfølgelig en "nice price".

## Renate Senteret

## Bowling 1 & Gokart AS

## El-Tjeneste AS

## Midtnorsk Jazzsenter

Stiftelsen Midtnorsk Jazzsenter arbeider for "å fremme jazz som kulturuttrykk" og har skapt flere spennende prosjekter som: Trondheim Jazzorkester, Trondheim Voices, Midtnorsk Ungdomsstorband, Interregionale prosjekter (EU-prosjekt), Eksportavdeling ([www.jazzx.no](http://www.jazzx.no)). Senteret er et kompetansesenter for både jazzmusikere og jazzklubber i Midt-Norge ([www.mnj.no](http://www.mnj.no)). Senteret har 3 heltidsansatte og omsetter for 5 - 6 mill. kr pr. år.

## Rovian AS

Rovian er et holdingselskap som eier 100 % av aksjene i Industriveien 49 AS og 100% av aksjene i Høytrykk Midt-Norge AS. Litt usikker på hvordan beskrivelsen bør være, men selskapet er opprettet for å ha eierinteresser i eiendom, investeringer (fond etc) og næringsvirksomhet.

## Energos AS

er et heleid norsk datterselskap av konsernet ENER-G som driver internasjonal virksomhet innen energieffektive løsninger. ENERGOS AS leverer anlegg for miljømessig forsvarlig energigjenvinning fra avfall. Vi kan tilpasse våre anlegg i en integrert løsning for håndtering av avfall fra husholdninger, næring og industriell virksomhet og energigjenvinne restfraksjoner etter utsortering og materialgjenvinning. Våre anlegg bidrar til at avfall kan bli behandlet lokalt som vil redusere transportbehov og etablere nye arbeidsplasser. Gjenvunnen energi fra våre anlegg leveres som fjernvarme, prosessdamp og/eller produksjon av elektrisitet - og erstatter bruk av fossilt brensel.

## Norgros Handel avd. BM-Proff Fossegrenda

Byggmakker er Norges største byggevarekjede, og avdelingen i Fossegrenda er et rent proffsenter. Det vil si vi konsentrerer oss kun om firmakunder.

Omsetningen økte siste år med 80%.

Vi har akkurat startet byggarbeid med ny avdeling på Rosten, det blir et flaggskip på ca. 5.500 M2 butikkareale. Dette vil stå ferdig sommeren 2008

## AS Blikkenslager Olaf Hansen

Blikkenslager Olaf Hansen AS er Midt Norges eldste blikkenslagerfirma stiftet 1935, og har et av landets mest moderne verksteder, vi har 23 ansatte. Alle ansatte har fagbrev og vi driver med et allsidig arbeider som fasader, båndteking, omlegging av tak med metaller og stein, rehabilitering av gamle gårder og offentlige bygg. Vi har eget utsalg for blikkenslager utstyr, som innbefatter boligventilasjon, takrenner, nedløpsrør, beslag, takhatter, piper, stiger, stillas, bilinnredning, sentralstøvsugere med mer. Vi har 11 servicebiler.

## Arte Rom Interiørtjenester

## Heimdal Eiendomsinvest AS

## Boligconsult AS

## NLF Norges Lastebileierforbund avd. Sør- Trøndelag

## Simco Industrireklame AS

## Bilgrossisten AS

## Vitomega AS

ble etablert i 1993. Hovedkontoret ligger på Heimdal med avdeling på Verdal. VitOmega AS er i dag en av landets ledende totalleverandør av 100% naturlige fiskeoljer (Omega-3), og har 26 ansatte med høy produktkompetanse. Vi tilbyr godt dokumenterte kosttilskudd og har kvalitetsgaranti på alle våre produkter, som for øvrig er produsert etter internasjonale GMP- regler (Good Manufacturing Practice). Vi er i vekst og eksport av vårt unike Omega-3 produkt vil bli et satsningsområde i tiden fremover. Besøk vår hjemmeside for mer informasjon [www.vitomega.no](http://www.vitomega.no).

## Torkel Schive AS

er et franchiseselskap som drifter 5 stk Shellstasjoner i Trondheim og Orkanger. Torkel Schive AS har en totalomsetning på kr. 170 millioner. Firmaet har 61 ansatte, fordelt på 36 årsverk.

## K Lund AS

er et av landets største rørleggerfirmaer med historie tilbake til 1874. Våre arbeidsområder er fordelt på rørservice, bygg/anlegg og industri. Det betyr at vi skifter kjøkkenkraner og beredere, totarahabiliterer badrom, bygger skoler, bygger nytt sykehus på Øya, samtidig som vi kan vise til flere store industriutbygginger. "Vi er ikke best fordi vi er eldst, men vi er eldst fordi vi er best".

## Media Midt- Norge AS

er en markedsadministrator for A-presens aviser i Trøndelag, markedsført under TrønderSamkjøringen. I samkjøringen ligger Arbeidets Rett, Malvikbladet, Opdalingen, Stjørdalens Blad og Namdalsavisa. Samkjøringen retter seg mot lokale, regionale og nasjonale annonsører.

## Aluminum Heating AS

## ChapDrive AS

## DigiBoards AS / ePrezz AS

## Ecoxy Afterburners AS

## Initial Force AS

## Morset Sound Development

## PressLock

## Sec System AS

## Secustream Technologies AS

## Student Media AS

## Melhus Bil AS

## Eventselskapet Rai Rai AS

er leverandør av event til næringslivet både inn- og utland. Eventselskapet Rai Rai AS er bedriftens ideskaper og tilrettelegger for alle typer arrangement.

## Neumann Holding & Invest AS

## Assessit AS

Vi er et Nordisk konsultentselskap som driver innen lederutvikling, rekruttering/ search og ledernettverket Dialog. I Norden er vi ca 60 medarbeidere, og er pt 4 ved Trondheimskontoret. Selskapet har hovedkontor i Oslo, og er representert i følgende byer (foruten Trondheim); Bergen, Stavanger, Stockholm, København og Århus.

## I Eiendom AS

## Maskinentreprenørens Forbund

## Voll Arkitekter AS

## Pilar Management AS

## Sett Utenfra

## Visma Personell AS

## Havfruen Fiskerestaurant

## Norsk RenholdsService Temporært AS

## Norsk RenholdsService Midt-Norge AS

## Bruker du mye tid på å lete etter informasjon?

Opptil 30 % av en vanlig arbeidsdag går med til å finne tak i riktig informasjon, viser undersøkelser. Microsoft SharePoint bidrar til å redusere kostnader knyttet til informasjonssøk, sier våre kunder.

Og det beste av alt, ved kjøp av Small Business Server eller Windows Server 2003, følger SharePoint Services med gratis, forteller Microsoft.

Ønsker du mer informasjon om løsningen, tar du kontakt med Hilde Karlsen på telefon 73 84 59 00 eller e-post: [hilde.karlsen@adcomdata.no](mailto:hilde.karlsen@adcomdata.no)



Advanced Infrastructure Solutions  
Networking Infrastructure Solutions  
Information Worker Solutions  
Mobility Solutions



velkommen til en *fancy, rockete*  
*og annerledes* hotellopplevelse!

Hotel Grand Olav er ferdig renoverert og fremstår som et nytt fancy produkt, 106 rom og suiter, 2 møterom. Prøv også vår nye "Backstage" lobbybar før forestilling i Olavshallen!  
Alle rettigheter! Ring oss for tilbud på overnatting eller kurslokaler: 73 80 80 80



GRAND OLAV TRONDHEIM

Ta kontakt med oss i dag på tlf. 73 80 80 80 eller mail: [cc.grand.olav@choice.no](mailto:cc.grand.olav@choice.no)



[www.plenum.no](http://www.plenum.no)

## VI SYNLIGGJØR BEDRIFTER

messer - display - skilt & dekor

Plenum Trondheim as - Jarleveien 17 - 7493 Trondheim - Tlf: 73 99 06 00 - Fax: 73 99 06 10 - E-post: [trondheim@plenum.no](mailto:trondheim@plenum.no)

## Frigjør tid!

- jobb lettere, enklere og smartere!

Vi trener ansatte på arbeidsatferd og egenstruktur på eget kontor med flere oppfølgingsmøter over en periode på ca. 4 - 6 måneder.

Besøk vår hjemmeside: [www.Lpartner.net](http://www.Lpartner.net) for mer informasjon og uttalelser fra noen av våre kunder.



**Leadership Partner Norge AS**

**Edvard Aarnes** - din personlige trener

Tlf. 73 91 49 90 [firmapost@Lpartner.net](mailto:firmapost@Lpartner.net)

## Made in Trondheim?



### Der det er vilje, gir vi muligheter

Tør vi tenke de tankene som skal til for å skape vekst og utvikling i Midt-Norge?

Når noen viser vilje til å tenke nye og større tanker, skal vi gi de beste tankene en mulighet – mulighet til å skape arbeidsplasser, vekst eller til å løse de utfordringene landsdelen står overfor.

**Les mer om hvordan vi sammen kan bidra til innovasjon og næringsutvikling. Se [www.smn.no/fondet](http://www.smn.no/fondet)**

### SpareBank 1 >>> Fondet

Som sparebank kan vi sette av en betydelig del av overskuddet til næringsutvikling og allmennyttige formål. Det er dette som er SpareBank 1 Fondet.

Som selvstendig og lokalt forankret bank har vi et interessefelleskap med regionen. Det som gir nye muligheter for landsdelen, gir oss det samme.

Derfor er vi engasjert.