

# MidtPUNKT

NÆRINGSFORENINGEN I TRONDHEIM  
MID-NORWAY CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY



**TEMA:** Strategisk næringsplan for Trondheimsregionen



før



etter

**TrønderEnergi**  
- eid av trøndere





## Det er nå det begynner!

Etter ti måneders hardt arbeid har Næringsalliansen for Trondheimsregionen (NAT) overrakt sitt forslag til strategisk næringsplan til kommunene og fylkeskommunen. Vi har lagt vekt på å gjennomføre en grundig, åpen og involverende prosess, og har høstet mange lovord for både prosessen og planen.

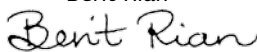
Likevel er det først nå arbeidet begynner. Dette er «the end of the beginning». Da vi startet arbeidet, satte vi som suksesskriterium at «kommunene vedtar planen med entusiasme, og legger den til grunn for sitt daglige arbeid». Dermed er det ikke nok at prosessen har vært god. Planen skal også vedtas med begeistring og eierskap av våre folkevalgte i hele regionen. Og ikke minst: den skal gi resultater.

Trondheimsregionen har aldri hatt et bedre utgangspunkt for en helhetlig og samordnet næringspolitikk. NAT har involvert de viktigste premissgiverne for næringsutvikling – offentlige organer, næringslivet og kunnskapsmiljøene – for å sikre kvalitet og innspill gjennom hele prosessen. Vi har formulert mål, strategier, tiltak, måleindikatorer, roller og tidsfrister. Og vi har oppnådd enighet om hovedpunktene i planen. Men skal planen fungere, må den følges opp. Dette er ikke en plan for skrivebordskuffene – det er en plan for handling.

Planprosessen har vist at vi er i stand til å samarbeide på tvers av kommunegrenser og sektorer. Oppdragsgiveren vår, samarbeidsorganet Trondheimsregionen, har erfaring med å jobbe på tvers av kommune- og fylkesgrenser. Skal vi lykkes med regional næringsutvikling må vi greie å samarbeide også i fortsettelsen.

Realiseringen av næringsplanen blir det største regionsamarbeidet noen sinne i vår region. Skal vi lykkes, må vi holde fast ved at ingen skal eller kan drive næringsutvikling helt alene. Dette blir utvilsomt både en trøst og en utfordring når tiltakene i løpet av de neste ti årene skal settes ut i livet.

Konkluderingsmøtet på Hell 22. januar bekreftet at engasjementet og viljen til å lykkes så avgjørt er til stede i alle miljøene. La oss ta med oss engasjementet også når hverdagen begynner – det øker utvilsomt sjansene for å nå målene vi har satt oss.

Berit Rian  
  
 administrerende direktør



## Innhold

Et godt verktøy.....	4
Det er nå det begynner!.....	6
Trygg på at næringsplanen blir vedtatt.....	7
Dette er Strategisk næringsplan for Trondheimsregionen.....	8
Fra interkommunalt til internasjonalt.....	10
Vi må bygge på det vi har.....	11
Smaken av suksess.....	12
Gir lønnsom starthjelp.....	13
Medarbeidere = markedsførere.....	14
Skaper fremtidige arbeidstakere.....	16
Unge entreprenører bidrar til nyskaping i næringslivet.....	17
Midtnorsk og verdensledende.....	18
Gjør penger på kredittkort.....	20
Midt-Norge på veksttoppen.....	22
Helseforsikring gir trygghet for bedriften og for dine ansatte.....	24
StyreAkademiet Trøndelag og Næringsforeningen i Trondheim har inngått samarbeidsavtale.....	25
Retro ble Årets Handelsbedrift 2009.....	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](http://www.trondheim-chamber.no)

### Redaktør:

Berit Rian

### Redaksjonell produksjon:

Ragnhild Tokstad Bergsmyr i Bergsmyr AS 

### Layout:

Guri Jermstad AS

### Trykk:

Trykkpartner Grytting  
 Opplag: 5 000



*Forsidebilde: De 11 kommunene som har laget felles næringsplan.  
 Illustrasjon: Guri Jermstad AS*

### Hovedsamarbeidspartnere:



Konkluderingsmøtet 22. januar:

# – Et godt verktøy

– Målene som er satt for Strategisk næringsplan for Trondheimsregionen, stemmer godt med suksesskriteriene for å lykkes med regionutvikling.

Det sa avdelingsleder Stein Ivar Strøm i Innovasjon Norge under næringsplanprosessens konkluderingsmøte 22. januar.

Strøm la blant annet vekt på at prosjektledelsen har funnet en god felles plattform og at planen fungerer som et styringsverktøy med mål, strate-

gier, tiltak, ansvar og frister. – Den omfattende planprosessen har sikret at gjennomføringsprosessen allerede er godt i gang, mente Strøm.




– Vi har store utfordringer. Nå har vi fått et godt verktøy til å løse dem, sa leder for oppdragsgiveren Trondheimsregionen, Terje Bremset Granmo, da han fikk overlevert næringsplanen av NiT-direktør Berit Rian.

FOTO: SYNLIG.NO

**«Det er gjort en fantastisk jobb med å synliggjøre mulighetene og lage strategien. Nå trenger vi ressurser til å gjennomføre den, og må utnytte alle de menneskene som allerede jobber med næringsutvikling.»**

*Morten Wolden, direktør for strategi og samhandling i STFK*

Det var leder for samarbeidsorganet Trondheimsregionen, Malvik-ordfører Terje Bremset Granmo, enig i. Han mottok planen med et fornøyd smil da den ble overrakt av Berit Rian på vegne av Næringsalliansen i Trondheimsregionen (NAT). – Vi har store utfordringer. Nå har vi fått et godt verktøy til å løse dem, mente Granmo. – Planen omfatter mange forslag og omfattende dokumentasjon av hva som finnes i regionen. Nå skal vi ikke bare vedta planen – vi skal også utføre den.

Konkluderingsmøtet samlet rundt hundre deltakere fra næringslivet, det offentlige og kunnskapsmiljøene. Les mer om konklusjonene på side 8. 

**«Næringsplanen er starten på mer på-tvers-samarbeid. Nå håper jeg kommunene ser viktigheten av en sterk og enhetlig Trondheimsregion.»**

*Torstein Mørseth, daglig leder i Stjørdal Næringsforum*

**«Trondheim trenger mer industri rundt den forskningen som regionen er kjent for, som hjerneforskning og CO<sub>2</sub>-håndtering. Men skal vi hevde oss internasjonalt, kan vi bli nødt til å tenke enda større enn Trondheimsregionen, og få med resten av Norge.»**

*Sigmund Kvernes, direktør for regional utvikling i SINTEF*

**«For at samarbeid skal lykkes, må du få vesentlig mer ut av det enn det du puttet inn i det.»**

*Einar Strøm, ordfører i Leksvik*

**«For å lykkes med næringsplanen må alle i Triple Helix-samarbeidet ha en rolle. Vi outsourcer ikke ansvaret for næringsutvikling fra politikerne til noen andre, men må organisere oss slik at vi kan ta opp konkurransen med tilsvarende regioner internasjonalt.»**

*Morten Wolden, direktør for strategi og samhandling i STFK*

**«Vi er veldig glade for at NAT tok oppdraget med å utvikle forslag til en strategisk næringsplan for Trondheimsregionen. Nå håper vi planen blir mottatt med jubel!»**

*Terje Bremset Granmo, ordfører i Malvik og leder for samarbeidsorganet Trondheimsregionen*

# Møteplassen

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

17.02: Energieffektivisering av bygg - en lønnsom affære

17.02: Samfunnsansvar i praksis: Yes, you can!

09.03: KURS - Betydningen av internasjonale markedsvurderinger og markedsundersøkelser

**OBS:** Generalforsamling i Næringsforeningen i Trondheim holdes 22. mars kl 17.00.

Følg med på

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

Rundt hundre næringsinteresserte fra offentlige organer og næringsliv deltok på konkluderingsmøtet 22. januar.



## Næringsalliansen for Trondheimsregionen:

# Vi trenger hverandre

– NAT har vært et utmerket forum for å lære hverandre å kjenne og få tillit til at vi vil hverandre vel. Nå skal vi videreføre nettverket og samarbeidet på flere arenaer, sier Arnfinn Aasen, medlem i NAT og daglig leder i Leksvik og Omegn Industriforum (LIF).



Næringsalliansen for Trondheimsregionen (NAT) er det første formelle samarbeidet mellom næringsforeningene i regionen. Arnfinn Aasen, medlem i NAT og daglig leder i Leksvik og Omegn Industriforum (LIF), vil videreutvikle forumet til et permanent og aktivt nettverk. FOTO: SYNUG.NO

Næringsalliansen for Trondheimsregionen (NAT) ble etablert våren 2009 for å lede arbeidet med Strategisk næringsplan for Trondheimsregionen. Forumet er det første formelle samarbeidet mellom næringsforeningene i regionen.

– NAT har fungert utmerket og har bidratt til å konkretisere næringsplanen. Likevel er det først når planen er vedtatt i kommunene det virkelig begynner å bli spennende, sier Aasen. Han har tro på at arbeidet vil gi resultater.

### Bedriftene må gjøre jobben

– Kommunene får et godt verktøy. Likevel er det i bedriftene jobben må gjøres, mener Aasen. Nå vil NAT bidra til at næringsplanen blir videreført i de enkelte kommunene, og ønsker tett samarbeid med politikere og administrasjon. Blant annet for å skape større forståelse for hvordan bedrifter

fungerer og utvikles. – Bedriftsutvikling kan ikke vedtas i politiske møter. Det er bedriftene selv som har beslutningsmyndighet om egen utvikling, men de trenger ofte å tilføres energi og ressurser, mener den tidligere mangeårige direktøren for Oras Armatur i Leksvik. Han er fornøyd med at næringsplanen løfter frem kunnskapsmiljøene som en nøkkel til næringsutvikling.

### Tydelige roller

Aasen understreker behovet for tydelige roller i det videre arbeidet. – Bedriftene skal skape, kommunene skal legge til rette, og vi må samarbeide med kunnskapsmiljøene. For bedriftene er det avgjørende at det videre felles arbeidet med næringsutvikling ikke oppleves som tapt arbeidstid, men som en investering for å bli bedre. Det skal NAT bidra til.

Han er ikke i tvil om at NAT må videreføres også nå når oppdraget med å utvikle næringsplanen er i havn. – Nå skal vi fortsette å snakke sammen, lover Aasen, som vil videreutvikle forumet til et aktivt nettverk med både formelle møter og uformelle treff over en kopp kaffe. – For å kunne samarbeide må vi kjenne hverandre. Da må vi ha arenaer der vi kan treffes og prates.

### Gjensidig avhengige

– For å løse utfordringene i Trondheimsregionen er det nødvendig å betrakte regionen som en helhet, med Trondheim en utmerket drivkraft. Som region har vi store arealer til både næringsliv og boliger, men vi må få på plass infrastruktur som knytter oss enda tettere sammen. Samarbeidet i NAT har gjort oss mer oppmerksomme på at vi er avhengige av hverandre, og at vi sammen har store muligheter til å utvikle regionen, mener Arnfinn Aasen.

RTB

### FAKTA

Næringsalliansen for Trondheimsregionen (NAT) har hatt prosjektlederrollen i arbeidet med Strategisk næringsplan for Trondheimsregionen. Alliansen består av representanter for næringslivet i de elleve kommunene som i løpet av våren skal vedta næringsplanen.

NAT består av ni næringsforeninger, ett kommunalt næringsutviklingselskap (Rissa) og ett kommunalt næringskontor (Skaun). De 11 som er med er

1. Rissa Utvikling KF
2. Leksvik og Omegn Industriforum
3. Orkladal Næringsforening
4. Næringskontoret i Skaun
5. Midtre Gauldal næringsforum SA
6. Klæbu Næringsforening
7. Næringsforeningen i Trondheim (NiT)
8. Malvikrådet (del av NiT)
9. NiT Melhus (del av NiT)
10. Stjørdal Næringsforum
11. Selbu Næringsforum

# 2 timer og 25 minutter til London/Gatwick

Direkte – tirsdag, torsdag og søndag



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

**Trondheimsordfører Rita Ottervik:**

## Trygg på at næringsplanen blir vedtatt

– Næringsalliansen for Trondheimsregionen har gjort en svært god jobb og overlevert oss en næringsplan med mange gode innspill. Nå må kommunene bruke våren til å gjøre planen til sin egen, sier trondheimsordfører Rita Ottervik.

Hun er trygg på at den strategiske næringsplanen for Trondheimsregionen blir vedtatt i de elleve samarbeidskommunene i løpet av våren. – Kanskje ønsker enkelte kommuner å gjøre småjusteringer slik at den bedre ivaretar lokale forhold. Samtidig er det helt sentralt at vi skal ha én felles næringsplan – ikke elleve ulike versjoner. Etter den grundige planprosessen vil det

overraske meg stort om det blir store endringer. Målet er at saksframlegget fra rådmannen skal være likt i alle kommunene, sier Ottervik, som er nestleder for oppdragsgiveren, samarbeidsorganet Trondheimsregionen.

Ifølge Ottervik er det viktig at planen blir godt forankret i alle kommunene, slik at alle føler eierskap til den. – Vi har fått overlevert en næringsplan med mange gode innspill, men vi må ikke glemme at det er de folkevalgte som skal vedta planen. Engasjementet vi har sett i planprosessen tyder likevel på at den allerede er godt forankret.

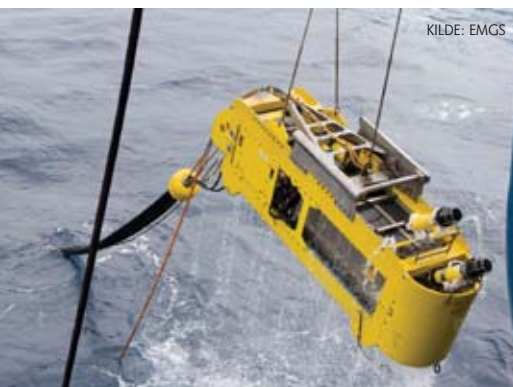
Når samarbeidskommunene samles i februar, skal de se næringsplanen i sammenheng med den interkommunale arealplanen som blant annet omfatter næringsarealer og logistikk løsninger. – Arealplanarbeidet er bare en del av



*Trondheimsordfører Rita Ottervik mener at næringsplanen allerede er godt forankret i kommunene, men understreker at det er de folkevalgte som skal vedta den.* FOTO: SYNLIQ.NO

næringsplanen. Målet er at planene nå skal gå hånd i hånd for å sikre god regional utvikling, sier Ottervik.

– Jeg er begeistret og imponert over næringsplanen vi har fått overlevert. Den viser at det var helt riktig å sette NAT på jobben med å utvikle den. **RTB**



KILDE: EMGS



KILDE: DETNORSKE



KILDE: NTNU



KILDE: NTNU



KILDE: SALMAR

# Dette er Strategisk næringsplan for Trondheimsregionen

Strategisk næringsplan for Trondheimsregionen er klar til å vedtas og settes ut i livet. Her er en oppsummering av prosessen og planen.

## Formålet

Planen legger grunnlag for felles satsinger og samarbeidsprosjekter i perioden 2010-2020. Den skal løse næringspolitiske utfordringer på tvers av kommunegrenser, etablere en regionalt forankret næringspolitisk plattform og gi tydelige signaler om retningsvalg.

## Prossessen

Planarbeidet har bestått av fem delprosjekter som sammen utgjør grunnlaget for den endelige næringsplanen. Hvert delprosjekt har utarbeidet grunnlagsdokumenter basert på kartlegginger og undersøkelser, og hatt åpne workshoper og konkluderingsmøter.

De åpne møtene hatt i snitt 50 deltakere, hvorav drøyt halvparten har representert næringslivet. På konkluderings-

møtet deltok 100 representanter fra kommuner, næringsliv og offentlige virksomheter. I tillegg har delprosjektene vært behandlet i egne fora i næringslivet, FoU-miljøene og kommunene.

Prosjektledelsen – Næringsforeningen i Trondheim – har i tillegg holdt en rekke presentasjoner av planarbeidet i alle kommunene som planen omfatter, næringslivsorganisasjoner, kunnskapsmiljøer og andre fora.

## Forutsetningene

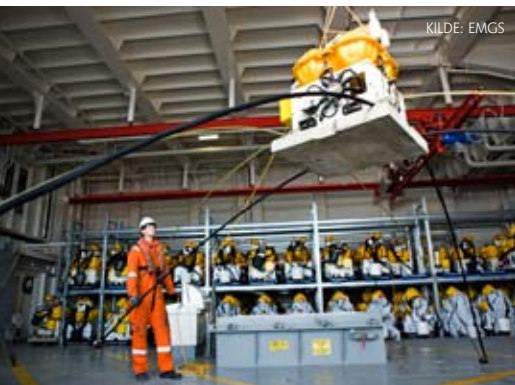
Den endelige planen omfatter mål, strategier og tiltak som kommunene i Trondheimsregionen skal løse både i fellesskap og hver for seg. De fleste tiltakene forutsetter at også næringslivet, kunnskapsmiljøene og virkemiddelapparatet deltar aktivt. Planen forut-

setter med andre ord tett oppfølging og samarbeid mellom mange parter for å kunne gjennomføres.

For å greie det, foreslår planen å etablere en nettverksorganisasjon med en prosjektdriver. I forumet deltar representanter fra de 11 samarbeidskommunene (samarbeidsorganet Trondheimsregionen), næringslivet i de 11 kommunene (NAT) og NHO, kunnskapsmiljøene og virkemiddelapparatet.

Videre forutsetter planen en felles forståelse for hva som skaper næringsutvikling. Det må blant annet være enighet om at kunnskapsmiljøene er regionens fremste fortrinn, at et levedyktig næringsliv forutsetter et kjøpevillig marked, at en storby som Trondheim er





KILDE: EMGS



KILDE: DETNORSKE

### Det overordnede målet

Det overordnede målet for næringsplanen er: «Trondheimsregionens andel av brutto nasjonalprodukt (BNP) skal tilsvare vår andel av befolkningen.» I dag er andelen av BNP på 5 prosent, mens andelen av befolkningen er på 6 prosent. Det tilsvarer et sprik på 17 milliarder kroner.

### Delmålene

For å nå hovedmålet er planen delt opp i seks delmål. Delmålene blir understøttet av strategier, konkrete tiltak og målbare indikatorer. Det gjør det mulig å følge og måle utviklingen.

Plandokumentets første og viktigste mål sier at Trondheimsregionen skal bli best på å utvikle og starte bedrifter basert på FoU-miljøene og utdanningsinstitusjonene. De øvrige målene er beskrevet i uprioritert rekkefølge (se midtsidene i denne utgaven av MidtPunkt).

### Gjennomføringen

I løpet av våren skal planen vedtas i de 11 kommunene og Trondheimsregionen. Tre viktige nøkkelord for den videre oppfølgingen blir forankring, oppfølging og samarbeid. Tiltakene skal gjøres både

### FAKTA

#### Strategisk næringsplan for Trondheimsregionen

- "Trondheimsregionen" – samarbeidsorganet for 11 kommuner i Trondheimsregionen, har vært oppdragsgiver for næringsplanen.
- Utfører har vært næringsforeningene i de 11 kommunene (Næringsalliansen for Trondheimsregionen – NAT).
- Næringsforeningen i Trondheim (NiT) har stått for den daglige prosjektledelsen.
- De fem delprosjektene i planarbeidet ble gjennomført i perioden mars 2009 til januar 2010. Konkluderingsmøtet for siste delprosjekt var 22. januar.
- Planen peker ut strategier for næringsutvikling i 11 kommuner i Trondheimsregionen, og utgjør en regionalt forankret næringspolitisk plattform.
- Planen gjelder for årene 2010-2020.
- I løpet av våren 2010 skal strategiplanen behandles i kommunestyrene i de 11 kommunene.
- Les mer på prosjektsidene [www.trondheim-chamber.no/snp](http://www.trondheim-chamber.no/snp)

positivt for resten av regionen, og at vi må satse på de områdene vi har størst mulighet til å lykkes.

I tillegg forutsetter planen at partene bidrar til å finansiere gjennomføringen.

lokalt i hver enkelt kommune, i fellesskap gjennom Trondheimsregionen, og i samarbeid med næringslivet, kunnskapsmiljøene og det offentlige virkemiddelapparatet.

RTB



scanspartnern.no

*Du vet hvordan du skal drive din forretningsvirksomhet. Men vet du hvordan valg av selskapsform for bedriften påvirker din økonomi?*

#### Behov ut over det vanlige?

Test om du kan bli Private Banking-kunde på [fokusprivatebanking.no](http://fokusprivatebanking.no)

Fokus Private Banking er for deg som har solid økonomi. Med vår Formueprognose får du et overblikk over hvordan din formue vil utvikle seg – ikke bare i morgen eller om ett år, men gjennom resten av livet. Har du egen bedrift, kan du oppdage sammenhenger og muligheter du ikke visste du hadde – for eksempel i forbindelse med et eierskifte eller generasjonsskifte.

Private Banking. Løsninger ut over det vanlige.

Fokus Private Banking

filial av Danske Bank

# Fra interkommunalt til internasjonalt

Orkdal-ordfører Gunnar Lysholm tror en felles strategisk næringsplan vil gjøre det enklere å samarbeide om de vanskelige, regionale spørsmålene. – Hittil har det interkommunale samarbeidet begrenset seg til områder som renovasjon og legevakt. Nå er det på høy tid å tenke større, mener Lysholm.

– For femten år siden takket vi ja til alle bedrifter som ville etablere seg i Orkdal kommune. Nå legger vi vekt på å skape riktige miljøer og større industriklynger langt utover kommunegrensene, sier Lysholm. Han mener utviklingen er betegnende for regionen. Men ennå er det langt igjen.

## NAT genialt

Lysholm mener arbeidet med Strategisk næringsplan for Trondheimsregionen viser at samarbeidsviljen er til stede. – Planarbeidet har vært godt. Ikke minst var det genialt å etablere NAT (Næringsalliansen for Trondheimsregionen, red.anm.). Det har

kommuner i egen vinning. Nå spør stadig flere kommuner om å få bli med i det regionale samarbeidet. Det er et svært godt tegn. Men samarbeidet forutsetter at alle må akseptere spille-regler som ikke alltid er til egen fordel.

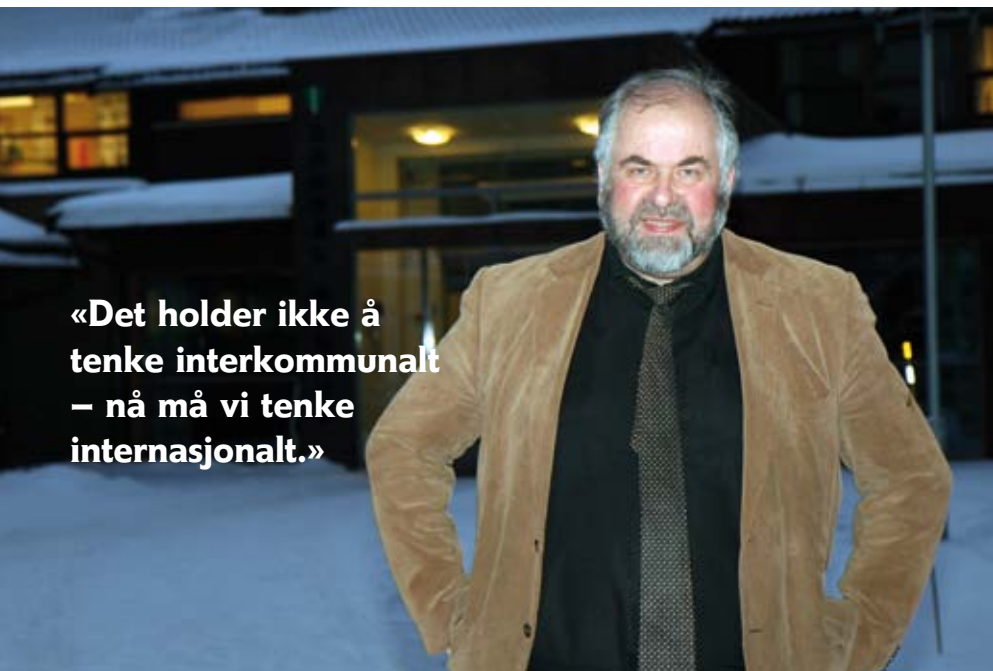
## Konkurrerer globalt

– I lengden har vi ikke mulighet til å overleve uten det regionale perspektivet. Bare det lar oss utnytte fortrinnene som ligger i regionen som helhet. Da vi dannet Trondheimsfjorden Interkommunale Havn for åtte år siden, hadde Trondheim Havn god økonomi og høy kompetanse på havnedrift, men lite areal. For oss var det omvendt. Mange var skeptiske da vi slo oss sammen og Orkdal kommune fikk 7 prosent eierandel i det felles havneselskapet. Det hadde de ingen grunn til. Utviklingen har vært eventyrlig, og siden har også Stjørdal blitt med, forteller ordføreren.

Han mener regionen er avhengig av å tenke internasjonalt konkurransedyktige klynger på tvers av kommune- og fylkesgrenser, slik for eksempel Utspring (tidligere Innovasjon Midt-Norge) gjør med industrien i Midt-Norge, der Orkdal er med. – Landbruk er vel og bra, men det er ikke der vi kan konkurrere på det globale markedet.

– Trøndelag har tapt i konkurransen med andre regioner over mange år, ikke minst med hensyn til samferdsel og transport. Den felles strategiske næringsplanen er et nødvendig skritt på veien mot et større midtnorsk samarbeid som løfter oss både nasjonalt og internasjonalt. Likevel vil jeg gjerne se samarbeidet i praksis før jeg kaller planen en suksess, mener Gunnar Lysholm.

RTB



«Det holder ikke å tenke interkommunalt – nå må vi tenke internasjonalt.»

*Trondheimsregionen har lenge tapt i konkurransen med andre regioner, mener Orkdal-ordfører Gunnar Lysholm. – Næringsplanen gir regionen mulighet til å samarbeide om internasjonalt konkurransedyktige industriklynger.*

– Vi må begynne å tenke større. Næringsplanen legger grunnlag for et regionalt samarbeid som strekker seg langt utover renovasjon og brannvakt. Det holder ikke å tenke interkommunalt – nå må vi tenke internasjonalt. Det hjelper oss lite å være best i Orkdal.

sikret et regionalt perspektiv og bidratt til større troverdighet i kommunene som skal vedta planen.

Ordføreren mener planen allerede har bidratt til større åpenhet om samarbeid og regional tankegang. – Før skydde distriktskommunene Trondheim. Byen ble mistenkt for å lure med seg andre

– Det pågår allerede en mengde prosjekter på de områdene næringsplanen peker ut. Nå må vi utnytte og understøtte det som allerede finnes og fylle på med det som mangler, mener NHO Trøndelag-direktør Merethe Storødegård og fylkesrådmann Milian Myraunet. De mener kommune- og fylkesgrenser er uinteressante for næringsutvikling.

# Vi må bygge på det vi har

Trondheimsregionen har fått en veldig god næringsplan. Nå må vi sammenholde strategiene og tiltakene i planen med det vi allerede har på gang i regionen, sier NHO Trøndelag-direktør Merethe Storødegård og fylkesrådmann Milian Myraunet.

## Skeptisk til ny organisasjon

De er positive til trepartssamarbeidet (Triple Helix) mellom offentlige aktører, næringslivet og kunnskapsmiljøene som planen legger opp til, men er samtidig skeptiske til å danne en ny organisasjon som skal finne opp hjulet på nytt.

– I dag har alle de tre samarbeidspartene en mengde prosjekter på de områdene planen peker ut. Næringsplanen og den planlagte prosjektdriveren må være en koordinator mellom disse prosjektene og tiltakene, og utnytte og understøtte det som allerede finnes, poengterer Storødegård.

## Grenseløst

Verken hun eller Myraunet tror på å organisere to ulike trepartssamarbeid for Trondheimsregionen og Trøndelag. I stedet vil de ha fleksibilitet i samarbeidet.

– Arbeidet trenger ikke være trondheimsregion-avgrenset selv om det er trondheimsregion-basert. Samarbeidet i Trondheimsregionen er et godt utgangspunkt for trepartssamarbeidet

i regionen. Men denne regionen bør ikke bli statisk. Sakene og temaene må avgjøre den geografiske størrelsen på samarbeidet – for store tema som miljø og logistikknutepunkt er det naturlig å utvide regionen til å omfatte Midt-Norge, mens små saker kan løses i mindre målestokk.

Begge mener at noe av det beste med prosessen og næringsplanen er nettopp at den er geografisk grenseoverskridende. – Når det gjelder samfunns- og næringsutvikling er kommune- og fylkesgrenser uinteressante. Selvsagt støtter Sør-Trøndelag fylkeskommune tiltak som også involverer nordtrønderske kommuner eller Nordmøre. Men vi yter ikke tilskudd til sørtrønderske kommuner som ønsker å utvikle seg helt alene, understreker Myraunet.

## Heller sak enn eierskap

Hittil har fylkeskommunen bevilget 3,5 millioner kroner til å konkretisere og følge opp planen. Også kommunene er positive til å bidra økonomisk. Storødegård og Myraunet tror imidlertid oppfølgingen av planen vil avhenge

mer av menneskelige ressurser og holdninger enn av økonomi. – I operasjonaliseringen av planen skal tre parter samarbeide i en flat organisasjon. Alle må bidra fra idé til gjennomføring. Da må vi fokusere mer på sakene enn på eierskapet.

– Nå er vi avhengige av koordinering og driv. Det er veldig bra at Trondheim har tatt rollen som motor, både i planprosessen og i selve planen. I fortsettelsen er vi avhengige av en prosjektdriver, slik planen foreslår. Det blir en krevende rolle som fordrer godt overblikk over alle eksisterende prosjekter og tiltak, og som evner å snakke med alle parter, mener Storødegård.

## Driv og tålmodighet

Både hun og fylkesrådmannen tror planen har bidratt til en bevisstgjøring rundt kommunenes rolle som samfunnsutvikler. – Det er mye som skal gjøres, og ingen greier det alene. Nå trenger vi driv og tålmodighet – verken filmfestivalen Kosmorama eller Havbrukscenteret på Valsneset i Bjugn ble til på én dag, sier Myraunet.

# Smaken av suksess

Da prosessen med Strategisk næringsplan for trondheimregionen tok til i fjor vår, fastsatte NAT (Næringsalliansen for Trondheimsregionen) tre suksesskriterier for en vellykket planprosess. Er kriteriene oppfylt?

– Vi er godt fornøyde med resultatet på de kriteriene vi har fått svar på. Ett av målene – og et av kriteriene for suksess – var å involvere næringslivet i prosessen. Deltakelsen på møtene og innspillene vi har fått, tyder på at næringslivet så avgjort har vært på banen, mener Rian. Hun viser til at rundt 50 prosent av deltakerne på workshopene og konkluderingsmøtene for hvert av de fem delprosjektene har representert bedrifter og næringsliv.

I etterkant av prosessen sendte NAT ut en elektronisk spørreundersøkelse for å få rede på hvordan prosessen er blitt opplevd. De mottok over hundre svar. Respondentene fordelte seg ganske jevnt mellom offentlig og privat ansatte, med en liten overvekt av svar fra privat sektor.

Svarene viser at åtte av ti spurte synes de har fått god informasjon og mulighet til å delta i prosessen. Like mange er godt fornøyde med sluttresultatet mens sju av ti mener de har fått god mulighet til å påvirke prosessen.

– Tallene viser at vi har truffet godt med prosessen. Det var viktig for oss å involvere flest og best mulig for å sikre en bred forankring. Det tror vi øker sjansen for at planen skal bli vedtatt, og for å lykkes med gjennomføringen, sier Rian, som mener involvering blir enda viktigere i gjennomføringsfasen.

Hun er glad for at NAT har fått gode og konstruktive tilbakemeldinger underveis

i prosessen. – Mange har uttalt seg om detaljer i utformingen av planen, og har dermed bidratt til å gjøre den best mulig. Men alle aktørene vi har vært i kontakt med, har vært enige om mål og strategier.

Det siste kriteriet – at kommunene vedtar planen med entusiasme – får vi svar på i løpet av våren.

RTB



## FAKTA

NATs tre suksesskriterier for en vellykket planprosess:

- Kommunene vedtar planen med entusiasme, og legger den til grunn for sitt daglige arbeid
- Evalueringen viser at alle parter uttrykker at de føler at de har blitt invitert med, har fått gitt uttrykk for sine synspunkter og føler at resultatet har blitt bra
- Målsettingen om 50 prosent deltagelse fra næringslivet i workshops og samlinger er oppfylt

På en skala fra 1 til 5, der 1 betyr helt uenig og 5 betyr helt enig. Hvor enig er du i følgende påstander?



NATs spørreundersøkelse viser at rundt åtte av ti er godt fornøyd med planprosessen og resultatet. Figuren viser gjennomsnittssvarene på de fire spørsmålene, der 1 er "helt uenig" og 5 er "helt enig".

# Gir lønnsom starthjelp

– Bedriften sparer penger, får mer effektive medarbeidere og gir et godt inntrykk. Arbeidstakerne føler seg velkomne, kan fokusere på arbeidet og blir gode ambassadører for bedriften og byen.

Ellen Hoprekstad har bare fornøyde bedrifter på kundelista. Som leder av Expat Mid-Norway sørger hun for at nye utenlandske arbeidstakere får en god start. Det tjener både bedriften og arbeidstakeren på.

– Bedrifter som rekrutterer medarbeidere fra utlandet, har sjelden rutiner for alt som må på plass av papirer og skjema. De har heller ikke et apparat som kan trå til med praktisk hjelp.

## Starthjelp

Expat Mid-Norway tar seg av alt som må ordnes når en kommer til Norge som arbeidstaker. – Vi ordner alt administrativt – immigrasjonspapirer, kontakt med offentlige kontorer, folkeregister og bank. For å komme i gang med jobb og hverdag er det svært viktig at ting går raskt. Det fører ikke bare til en bedre start for den som kommer flyttende, men også til at bedriften får en langt mer fokusert og effektiv arbeidstaker.

Det bør også stå klar en passende bolig. – Boligsøk er veldig vanskelig når en ikke kjenner det norske boligmarkedet og ikke snakker norsk. Og det er heller ikke særlig effektivt at sjefen skal bruke dager på å lese boligannonser og gå på visninger. Vi kjenner markedet og sørger for å finne boliger med ønsket standard og beliggenhet, lover Hoprekstad.

## Det viktige førsteinntrykket

Ikke minst legger hun vekt på en god velkomst. – Å bli møtt på flyplassen og kjørt til en ventende bolig gir et veldig godt førsteinntrykk. Det preger ofte hele oppholdet og kan også påvirke hvor lenge en ønsker å bli.

Hoprekstad legger vekt på å inkludere hele tilflytterfamilien. – Fungerer ikke hverdagen for familien, fungerer den heller ikke for arbeidstakeren.



– Bedriftene bruker oss som et verktøy. Både bedriften og den nye arbeidstakeren tjener på en rask og ordnet oppstart, mener Ellen Hoprekstad (t.v.) og Maria Azucena Gutiérrez i Expat Mid-Norway.

## Lønnsom investering

Siden 2008 har Expat Mid-Norway hjulpet rundt hundre utenlandske arbeidstakere. – Det finnes dessverre ingen oversikt over hvor mange utenlandske arbeidstakere som hvert år kommer til Trondheim. Siden starten har vi hjulpet over hundre nykommere i ulike bedrifter, sier Hoprekstad.

I Expat Mid-Norway kan bedriften tegne medlemskap og sikre at medarbeideren får jevnlig oppfølging med informasjon, snakke-norsk-grupper og tilbud om sosiale aktiviteter. Flere av bedriftene ser at hjelpen er så verdifull at de utvider medlemskapet utover det første året. Det betaler seg, lover Hoprekstad.

## FAKTA

- Expat Mid-Norway ble etablert våren 2008 av Næringsforeningen og Access Mid-Norway.
- Selskapet bistår bedrifter med å gi utenlandske arbeidstakere en rask og ordnet oppstart.
- Gjennom medlemskap kan bedriften sikre at arbeidstakeren får jevnlig oppfølging.
- Kontakten kan starte måneder før arbeidstakeren kommer, og kan for eksempel omfatte velkomst på flyplassen, praktisk hjelp til å skaffe bolig, og informasjon om skatteregler, skolesystem og helsevesen.
- Les mer på [www.expatmidnorway.com](http://www.expatmidnorway.com)

# Medarbeidere = markedsførere

Som bedriftsleder kan du øke konkurransekraften ved å betrakte lønnsbudsjettet som markedsføringsbudsjett. Det er nemlig medarbeiderne som er bedriftens viktigste ambassadører.

Bare halvparten av ledere og ansatte i midtnorsk næringsliv ser seg selv som viktige for markedsføringen av bedriften sin. Bare en tredel ser noen sammenheng mellom egne oppgaver i arbeidshverdagen og det bedriften lover i sin markedsføring.

Tallene stammer fra en undersøkelse blant 600 ledere og medarbeidere i sørtrønderske bedrifter, utført av

TotalConsult Marked og Norfakta. – Næringslivet setter likhetstegn mellom markedsføring og reklame, men reklame er et snevert virkemiddel. Det sterkeste inntrykket av hva en virksomhet står for, er det de ansatte som etterlater, mener Berit Hvalryg og Einar Klomsten i TotalConsult Marked.

– Overraskende få betrakter ansatte som markedsførere, selv om de faktisk

er bedriftens viktigste markedsføringsressurs. Bedriften skaper forventninger i markedet som medarbeiderne skal innfri. Som kunde er møtet med medarbeideren alltid viktigere enn møtet med annonsen. Særlig innen service- og kunnskapsnæringer, der markedets oppfatning av virksomheten er et produkt av menneskene som jobber der. Det er en ledelsesutfordring å gi informasjon og bygge kompetanse og en kundeorientert prestasjonskultur som gjør at medarbeiderne kan ivareta denne oppgaven.

– Husk at de ansatte er ambassadører hele døgnet, ikke bare når de er på jobb. Motiverte og markedsbevisste ansatte kan tilføre bedriften og merkevaren verdi. På samme måte kan medarbeidere som ikke er bevisst rollen som markedsfører, lett forringe bedriftens verdi. Og det er ikke medarbeidernes skyld. Det er et lederansvar, mener Hvalryg og Klomsten.

– Mye av grunnen til at vi i Trondheimsregionen ikke får tatt ut potensialet i kunnskapsmiljøene, er at vi ikke er bevisste nok på å bygge markedskultur. I enkelte miljøer kan det virke som om faglig integritet sees som en motsetning til markedsorientert tenking.



- Det ligger konkurransekraft i å bevisstgjøre medarbeiderne sin rolle som ambassadører, mener Berit Hvalryg og Einar Klomsten i TotalConsult Marked og Gaute Moldestad i LEN.

## ”Vi er alle selgere”

Som tidligere SINTEF-forsker og markedsjef i ulike teknologibedrifter i Trondheim hevder Gaute Moldestad å ha fått mye kjeft for mantraet ”Vi er alle selgere”. I arbeidet med gründerbedrifter i Leiv Eiriksson Nyskaping (LEN) har han fortsatt fokus på marked og salg. Det har han også når han veileder mer etablerte selskaper.

– Midt-Norge er en teknologiregion med svært mange nyetableringer. Kunnskapsmiljøene har naturlig nok

fokus på teknologi og idé, men det kan være utfordrende å ta steget fra idé til gründerbedrift og kommersiell virksomhet. Ikke minst krever det fokus på at teknologien må ha et marked – at det imøtekommer et mer eller mindre uttalt behov.

Ifølge Moldestad er det helt nødvendig å tenke marked og markedsføring før en etablerer en gründerbedrift. – Allerede i etableringsfasen må en ha fokus på å bygge en markedsorientert kultur. Mye

handler om å skru sammen et team og jobbe frem salgsargumenter som ivaretar markedspektivet. Selv med svak oppstartsøkonomi kan en hente mye kompetanse gjennom nettverk, styremedlemmer og gode hjelpere som LEN, mener Moldestad.

Inkubatormiljøet i LEN huser for tiden unge bedrifter blant annet innen bioteknologi, høytalarteknologi og kunst. LEN sørger for at alle har markedsorientering som viktig ballast.

RTB

Opplev landet på Lian

# KURS & KONFERANSE

i vakre omgivelser med frisk luft og fri parkering

*kortreist mat i godt selskap*

20 min med trikk eller bil fra sentrum

2-100 personer med grupperomsmuligheter

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

Tlf. 72 56 51 10

• **Ski** dag

• Grupperom **i det fri**

• **Ake** dag

• **Bær** tur

• **Marka** tur

• **Matpakke** tur

• **Sopp** tur



RESTAURANT



Henrik Johansen (t. v.) og Kent-Andre Bomann er to av flere Teeness-medarbeidere som gjerne presenterer bedriften for fremtidige arbeidstakere gjennom UE. Her sammen med Kari-Anne Vik-Mo og UE-leder Irene Laukhom (t. h.).

# Skaper fremtidige arbeidstakere

– Vi lever av nyutvikling og av arbeidstakere som er nytenkende, tar ansvar og skjønner hvordan en bedrift fungerer. Det gir oss god grunn til å samarbeide med Ungt Entreprenørskap.

Kari-Anne Vik-Mo, leder for personalutvikling og HMS i Teeness AS, mener nært samarbeid mellom skolen og næringslivet burde være en selvfølge.

– Det handler om å skape de arbeidstakerne næringslivet og samfunnet har behov for. Da må bedriftene ta sin del av ansvaret, mener hun. Teeness har samarbeidet med Ungt Entreprenørskap (UE) i mange år, og har langsiktige planer for samarbeidet.

## Bedriftserfaring

– I årene framover trenger vi medarbeidere som kan tenke utenfor etablerte bokser, som tar ansvar for egne oppgaver, og som jobber godt i tverrfaglige team. Vi er en flat organisasjon der hver enkelt må ta ansvar. Da er det gull verdt å få inn unge medarbeidere som

forstår og har erfaring med hvordan en bedrift fungerer, understreker Vik-Mo.

Hun er glad for at UE bidrar med kompetanse og programmer som gjør det enkelt for bedriftene å henge seg på. – UE er en viktig koordinator og rådgiver, og ivaretar den strategiske tanken bak samarbeidet mellom skole og næringsliv. Det setter vi stor pris på.

## UE-policy

Teeness har jevnlig presentasjoner av bedriften, produktene og arbeidsmetodene ute i skolene, og har utarbeidet en egen policy for hvor mange timer eller dager medarbeiderne kan bruke på UE. Opplegget er utarbeidet i samarbeid med UE, og ligger klart til bruk.

Det hender også at elever kommer på besøk. – Mange blir overrasket og imponert over fabrikkene. De venter ikke at mekanisk industri kan være et lyst, moderne bygg med hyggelige arbeidsomgivelser. – For Teeness-ansatte er det alltid inspirerende å møte skoleelevne, og vi får gode tilbakemeldinger.

## Trenger utforskere

I tillegg har Teeness deltatt på arrangementer og sittet i UE-juryer. – Samarbeidet med UE gir gjensidig utbytte. Vi bidrar til å få entreprenørskap inn i skolene, og får presentert bedriften vår for fremtidige arbeidstakere.

– Vi trenger arbeidstakere som er vant til å se og utforske muligheter. Det bidrar Ungt Entreprenørskap til, mener Kari-Anne Vik-Mo i Teeness.



# Unge entreprenører bidrar til nyskaping i næringslivet

Tallene er klare: Erfaring fra en elevbedrift dobler sjansen for å starte egen bedrift, og bidrar til dyktigere arbeidstakere og arbeidstakere.

13 år etter at Ungt Entreprenørskap (UE) ble etablert i Norge er forskningen entydig: UE fører til at det blir etablert flere bedrifter. Det gjelder også for Trøndelag.

– Elever i UE-skoler blir mer motiverte, har bedre samarbeid med lærere og andre elever, blir mer positive til å bosette seg på hjemstedet, og får større selvtillit som fremtidige arbeidstakere, forteller Irene Laukholm. Som daglig leder for UE i Nord- og Sør-Trøndelag ivrer hun for enda mer samarbeid mellom skolen og næringslivet.

– Det handler om å dyktiggjøre fremtidens arbeidstakere og sikre nyskaping i næringslivet. Gjennom Ungt Entreprenørskap lærer ungdom hvordan næringslivet og en bedrift fungerer, og om sammenhenger mellom ulike roller, produksjon og resultat.

– Det handler om å dyktiggjøre fremtidens arbeidstakere og sikre nyskaping i næringslivet, mener Kari-Anne Vik-Mo, leder for personalutvikling i Teeness, og UE-leder Irene Laukholm.

Norge var det første landet i verden som fikk en nasjonal strategi for entreprenørskap i utdanningen. Det har vakt stor internasjonal oppmerksomhet. Siden har UE utviklet en rekke programmer for både grunnskolen, videregående skole og høyere utdanning, som er enkle å ta i bruk for både skolene og bedriftene. – Vi vil bidra til å øke bevisstheten rundt hva bedriftene bidrar med i samfunnet og nærmiljøet. Da må bedriftene selv på banen.

– Skal vi nå visjonen vår om å inspirere unge til å tenke nytt og til å skape verdier, er vi avhengige av tett samarbeid med lokalsamfunnet og det lokale næringslivet. Vi har gode støttespillere i dag, men ønsker oss enda flere, sier Laukholm.

RTB

## FAKTA

Ungt Entreprenørskap (UE) er en ideell, landsomfattende organisasjon som i samspill med skoleverket, næringslivet og andre aktører jobber for å utvikle barn og ungdoms kreativitet, skaperglede og tro på seg selv. I samspill med skoleverket, næringslivet og andre aktører vil UE

- gi barn og ungdom forståelse for betydningen av verdiskaping og nyskaping i næringslivet
- fremme barn og ungdoms samarbeidsevne og ansvarsbevissthet
- gi forståelse for og kunnskap om etikk og regler i nærings- og arbeidslivet
- styrke samhandlingen i lokalsamfunnet mellom nærings- og arbeidslivet og skolene
- stimulere til samarbeid over landegrensene
- inspirere til framtidig verdiskaping i en sosial, kulturell og økonomisk sammenheng

UE tilbyr programmer for hele utdanningsløpet fra grunnskolen til høyere utdanning. Alle programmene gjennomføres i samarbeid med lokalt næringsliv.



## Få mer ut av arbeidsdagen!

- Personlig effektivitetsprogram – PEP® – "Changing forever the way people work"
- Leder- og teamutvikling – samarbeid – motivasjon – kommunikasjon – effektiv kundebehandling – coaching – atferdsanalyser – 360° vurderinger
- Effecto-programmet – lederutviklingsprogram oppstart høst 2010 – 4 samlinger over 8 mnd – se [www.effecto.no](http://www.effecto.no) for datoer og sted

**EFFECTO**  
RÅDGIVERE AS

**Bedre resultater – sammen**

tlf 73 51 82 00

Olav Tryggvasonsgt 24, 7011 Trondheim

**IBT**®

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

# Midtnorsk og verdensledende

Høy kompetanse, dyktige produsenter og vellykket klyngebygging. Det gjør Midt-Norge ledende innen havbruk og fiskeri, både nasjonalt og internasjonalt, mener Per Johan Røttereng. Etter åtte år som leder for NiTs fagråd Havbruk og fiskeri har han overlatt roret til Finn Victor Willumsen.

Da fagrådet startet i 2002, var bransjen preget av allerede solide virksomheter, men lite kommunikasjon mellom de ulike aktørene.

## Hva har fagrådet bidratt med?

– Vi startet med en grundig kartlegging av den midtnorske havbruks- og fiskeri-bransjen. Det ga oss kunnskap og tyngde, blant annet for å delta i regionale og nasjonale strategiprosesser. Det la også grunnlag for å starte arbeidet med å bygge en bransjeklynge i Midt-Norge, der utstyrproducenter og kunnskapsmiljø er viktige aktører, forteller Røttereng.

– Fagrådet har først og fremst bidratt med prosjekter og arenaer for bedre samarbeid. Fagrådets halvårslige ”møjljelag” er blitt et uformelt, men faglig tungt samlingspunkt der alle med tilknytning til bransjen kan bli kjent. Det gir mulighet til å finne felles utfordringer og løsninger.

– Det fireårige prosjektet Teknologi akvARENA er et vellykket eksempel på at klyngebygging gir resultater, og har ført bransjen mange skritt nærmere

visjonen om å bli verdensledende på teknologi for oppdrett, sier Røttereng, som roser prosjektledelsen ved SINTEF Fiskeri og havbruk.

– Alt handler om innovasjon. Sammen-satte problemstillinger krever sammen-satte bransjeklynger. Teknologi akvARENA har aktører i hele verdikjeden, som sammen gjør hele bransjen bedre. De aktørene som greier å løse utfordringene i en konkurranseutsatt næring under tøffe midtnorske forhold, har hele verden som marked, mener Røttereng.

## Hvordan skal fagrådet jobbe videre?

– Vi skal videreutvikle møtestedene og nettverkene, og bidra til enda sterkere bånd mellom produsenter, leverandører og kunnskapsmiljøer, sier fagrådets nye leder Finn Victor Willumsen, som også vil ha med kunnskapsaktører som NGU og NIVA.

Vår rolle er å legge til rette for enda flere ideer og enda mer nyskaping og bedre rammevilkår. Da trenger vi også bevissthet om at de største virksomhetene i havbruksbransjen ikke ligger i Trondheim, men i distriktene utenfor.

## Hva blir de største utfordringene fremover?

– Én av utfordringene er rekruttering av kompetanse til en stadig mer høyteknologisk bransje. Det handler om å vise at dette er attraktiv næring med stort faglig spenn og rask utvikling. Her blir NTNU og HiST viktige medspillere, mener Røttereng og Willumsen.

– Dessuten ligger det store utfordringer i å gjøre bransjen bærekraftig. Befolkningsøkningen gjør oppdrett til en viktig mat- og proteinkilde på verdensbasis, og vi trenger mange gode løsninger for å kunne øke produksjonen og samtidig minimere risikoen for sykdom og andre trusler. På begge områdene ligger Midt-Norge allerede langt fremme, med høy internasjonal kompetanse, dyktige produsenter og gunstige klimatiske vilkår for oppdrett.

– Norsk og midtnorsk laks har allerede et godt internasjonalt rykte. Det skal vi utnytte for å ta midtnorske produkter og kompetanse ut i verden.



– Fagrådet skal bidra til å øke den internasjonale konkurranseevnen og i enda større grad påvirke beslutninger som tas på nasjonalt, regionalt og lokalt nivå, mener avtroppende leder Per Johan Røttereng og påtroppende leder Finn Victor Willumsen i NiTs Fagråd for Havbruk og fiskeri.

## FAKTA

- Fagrådet Havbruk og fiskeri ble etablert av Næringsforeningen i Trondheim i 2002.
  - Fagrådet har deltatt i nasjonalt strategiarbeid, og har ivret for å utvikle en sterk, midtnorsk bransjeklynge med internasjonal markedsstyrke.
  - Per Johan Røttereng fra Rambøll Norge AS har vært fagrådets leder siden starten.
  - Ved nyttår tok Finn Victor Willumsen over. Han er adm.dir. i ACE (AquaCulture Engineering AS), et storskala forsknings-, utviklings og testsenter for oppdretts-teknologi eid av bl.a. SINTEF og NTNU, og har bransjeeerfaring fra produksjon, leverandørindustri, forvaltning og kunnskapsmiljø.
- Se også [www.trondheim-chamber.com](http://www.trondheim-chamber.com)



## Nytt regnskapskontor - erfarne medarbeidere!

### I Regnskapsfokus er vi alltid opptatt av:

- å være strukturerte i forhold til tidsfrister
- å være tilgjengelige
- å gi raske tilbakemeldinger
- å følge opp at kundene også gjør sin del av jobben
- å holde ditt regnskap oppdatert til enhver tid

Du kan holde et øye med oss på [www.regnskapsfokus.no](http://www.regnskapsfokus.no)

Ta kontakt med Per Ørjan Aabel, Tlf 930 39 943 / 915 50 100  
per.orjan.aabel@regnskapsfokus.no



- engasjement bak tallene

Thoning Owesensgt. 35 C, 7044 Trondheim

## Nytt fra Næringsforeningen

Nye medlemmer i fagrådene:

### Fagråd Finans:

- Berit Kjeldsberg, R. Kjeldsberg AS

### Fagråd Havbruk og Fiskeri

- Torstein Tiller, Norway Royal Salmon AS

### Analysér:

- Fagråd Fiskeri og Havbruk har gjennomført en analyse av havbruksnæringen i Trøndelag, og vil jobbe videre med å kartlegge den tilknyttede leverandørindustrien

## SKREDDER- SYDDE KURS OG UTDANNINGS- PROGRAMMER FOR DIN BEDRIFT?

Handelshøyskolen BI har lang erfaring som leverandør av skreddersydde programmer til næringslivet.

Vi tilbyr alt fra korte seminarer til kompetansesigende utdanningsprogram på Bachelor- og Masternivå innenfor alle våre fagområder.

Mållrettet kompetanseutvikling er en viktig premisse for å skape økt verdi og innovativ forretningsutvikling i bedrifter og bransjer. Handelshøyskolen BI, representert gjennom sterke fag- og forskningsmiljøer, er en viktig kompetansepartner for lokalt næringsliv.

Ta kontakt, eller se våre hjemmesider for nærmere informasjon: [www.bi.no/trondheim](http://www.bi.no/trondheim)

### BI TRONDHEIM

Havnegata 9, Pirsenteret  
Telefon: 98 25 17 50  
[bi-trondheim@bi.no](mailto:bi-trondheim@bi.no)

TYNGDEN DU TRENGER

**BI**

# Gjør penger på kredittkort

Siden EnterCard ble etablert i Trondheim i 1999, har veksten vært eventyrlig. I dag ligger konsernets hovedkontor i Stockholm, mens 55 ansatte holder fortet i Trondheim.

– Veldig greit å kunne jobbe i et svensk konsern fra hjembyen, mener analyse-direktør og plassjef for EnterCard i Trondheim, Christian Meland. Men medgir samtidig at han bruker litt for mye tid på videomøter og reiser tur-retur Stockholm. – Som del av konsernledelsen må jeg være til stede. Bedre flyforbindelse til Stockholm hadde gjort jobben mye enklere, sier Meland som ikke er i tvil om infrastrukturens betydning for næringsutvikling.

## Stor vekst

Trondheimstilknytningen er fortsatt sterk for selskapet som ble etablert i 1999, da SpareBank 1 Gruppen trengte et produksjonsselskap for å håndtere kredittkort. I dag eies EnterCard av Swedbank AB og Barclays Bank Ltd, og har hovedkontor i Stockholm og totalt rundt 330 ansatte.



*EnterCard har kontorer i Stockholm, København, Oslo – og Trondheim. I løpet av året flytter Trondheimskontoret fra Innherredsveien til finansmiljøet i Søndre gate. Analysedirektør Christian Meland viser gjerne fram EnterCards kredittkort, re:member.*

Rundt 55 av dem sitter i Trondheim, fordelt på økonomifunksjoner, IT-drift og -utvikling og kundesenteret med 30 ansatte som betjener hele 700 000 kredittkortkunder. Likevel er stemningen i det gamle Stentofonbygget i Innherredsveien rolig. – Vi er nok ganske unike med hensyn til antallet kunder vi håndterer og måten vi gjør det på, sier Meland og begrunner effektiviteten med høy kompetanse og godt arbeidsmiljø.

## Nettverk

Nylig fant kontoret det på tide å bli del av Næringsforeningen i Trondheim. – Som leder og analytiker er det utviklende å møte mennesker fra andre bransjer enn finans, ikke minst gjennom det uformelle nettverket NiT utgjør, mener Meland.

RTB

## DET ER ENKELT, BILLIG & SMART Å MØTES PÅ SCANDIC SOLSIDEN

### PRISEN INKLUDERER – ALT

Hos oss er møtelokalet, internett, projektor og lunsjbuffet med Scandic water selvsagt inkludert. Kaffe/te, vann og tørket frukt er alltid tilgjengelig hele dagen. I tillegg spanderer vi et energikick av pausemat, både formiddag og ettermiddag. Smart ikke sant?

KONTAKT OSS  
Scandic Solsiden, Beddingen 1, Tel 21 61 46 00  
scandichotels.no/solsiden

Scandic  
SOLSIDEN

## Behov for kompetanseheving i internasjonal forretningsutvikling?

# Næringsforeningen i Trondheim har i samarbeid med Handelshøyskolen BI utviklet et unikt nytt studieprogram med fokus på internasjonalisering

### MÅLGRUPPE:

Programmet er skreddersydd for *ledere, styremedlemmer og nøkkelpersoner* i bedrifter som vil utvikle seg i et internasjonalt marked, eller som må forholde seg til internasjonale markedsaktører.

### HOVEDMÅL:

Gi bedriften tilførsel av kompetanse som styrker mulighetene for å lykkes med forretningsutvikling mot internasjonale markeder, og i forhold til internasjonale markedsaktører.

Programmet går over 5 samlinger med følgende fokus:

- **Samling 1 - Introduksjon til internasjonalisering**
  - Forståelse av internasjonalisering / internasjonaliseringsprosessen
- **Samling 2 - Strategi og utvikling av egen virksomhet i internasjonal satsing**
  - Overordnet lederskap i SMB-bedrifter knyttet til god og langsiktig forretningsutvikling i internasjonale markeder
- **Samling 3 - Internasjonal markedsføring del 1**
  - Bedriftens internasjonale arbeidsbetingelser og strategiutvikling
- **Samling 4 - Internasjonal markedsføring del 2**
  - Viktige beslutningsområder i internasjonal markedsføring
  - Praktisk iverksetting av internasjonal satsing
- **Samling 5 - Studietur til utlandet - Ledelse og gjennomføring av internasjonaliseringsprosessene**
  - Basisforståelse av daglige ledelse og administrasjon.
  - Kontakt med utenlandske fagmiljøer, bedrifter og norske ressursentra for næringslivet.

**Tidsplan:** Programmet har **oppstart medio april 2010** og avsluttes i desember 2010.

### Opplegg og formalkompetanse:

Deltagerne skal arbeide med en *prosjektoppgave* med selvalgt problemstilling som er relevant for bedriftens internasjonalisering. Det gis individuell veiledning på prosjektoppgaven gjennom hele programmet.

Programmet gir formalkompetanse på *15 studiepoeng*.

Les fullstendig program og kursbeskrivelse på [www.midnorway-chamber.no](http://www.midnorway-chamber.no)

# Midt-Norge på veksttoppen

Etter åtte år med kåring av landets beste vekstskapere er status at halvparten av de nasjonale vinnerne har tilhørighet i region Midt-Norge. – Ikke tilfeldig, vi opplever en veldig god næringsutvikling i regionen og antall regionale vekstselskaper har økt betraktelig siden kåringen startet i 2002, sier Helge G. Lorentzen, partner i Ernst & Young og regionsansvarlig i Midt-Norge.

Ernst & Young gjennomgår hvert år samtlige norske selskaper i jakten på den beste vekstskaperen. Bakgrunnen er det globale vekstskaperprogrammet Ernst & Young Entrepreneur Of The Year som i år arrangeres i nærmere 50 land. I Norge arrangeres program-

met av revisjons- og rådgivningsselskapet Ernst & Young i nært samarbeid med SpareBank 1 Gruppen og Handelshøyskolen BI.

– Med Entrepreneur Of The Year ønsker vi å løfte frem, hylle og motivere vekst-

skaperne i Norge. De bidrar med nye ideer, satser kapital og yter egeninnsats for å skape arbeidsplasser og varige verdier for hele det norske samfunnet, sier Lorentzen.



Kåring av Ernst & Young Entrepreneur Of The Year 2009, region Midt-Norge. F.v. Helge G. Lorentzen (Ernst & Young), Rolf Fiskerstrand (finalist fra Fiskerstrand verft), Stein Berg Oshaug (regionsvinner fra Oshaug Metall), John Helge Inderdal (finalist fra Lierne Bakeri) og Reidar Stokke (Sparebank 1).

#### 4 av 8 vinnere fra Midt-Norge

I 2002 ble vekstskaperkåringen arrangert for første gang her til lands og Midt-Norges kandidat, Stig Remøy fra Olympic Shipping, nådde helt til topps.

I Ernst & Young-sammenheng består region Midt-Norge av Møre og Romsdal, Sør-Trøndelag og Nord-Trøndelag. De øvrige nasjonale vinnerne fra regionen er Ståle Lønnum fra Tag Systems (2004), Gustav Witzøe fra Salmar (2005) og Inge Huse fra I. P. Huse (2008).

– Vi er selvsagt stolte over at Midt-Norges representanter har gått til topps hele fire av åtte ganger. Alle fire har representert Norge på den påfølgende verdenskåringen i Monaco, og har gjort god figur. Til sammenligning har region Sørvest hatt tre vinnere og region Øst én vinner, sier Lorentzen.

– Vårt håp er at vekstskaperprogrammet skal bidra til fortsatt engasjement og kompetanseutvikling samt videre vekst og verdiskaping – ikke bare for de nasjonale vinnerne, men også alle de andre spennende kandidatene og finalistene vi kommer i kontakt med.

#### Økende antall regionale vekstselskaper

Fra 2002-2008 økte antall vekstselskaper i Midt-Norge fra 306 til 538 – en økning på hele 76 prosent.

– Det er svært hyggelig å registrere den positive utviklingen i regionens næringsliv. Fra 2008-2009 gikk riktignok antall vekstselskaper noe tilbake, både i vår region og i landet som helhet, men jeg har stor tro på at veksten nå vil fortsette.

– Vekstskapere ser muligheter selv i utfordrende tider og tar kalkulert risiko for å vokse. De ser hvordan verden er i endring og er fleksible når det gjelder å tilpasse seg nye forretningsvilkår. Slike pionerer er viktige for å sikre en robust og forsvarlig vekst i økonomien – i Midt-Norge og ellers i verden, sier Helge G. Lorentzen.

#### FAKTA

Ernst & Young Entrepreneur Of The Year fokuserer på enkeltpersoner som selv har startet og fortsatt driver vellykkede bedrifter. For å bli nominert må bedriften ha hatt

- Vesentlig omsetningsvekst de siste to år, i tillegg til positivt resultat og egenkapital siste år.
- En vekst i antall ansatte de siste to årene, og minst 20 ansatte ved siste årsskifte.

Videre er det et krav at vekstskaperen må ha eierinteresser og inneha en ledende stilling i selskapet, i tillegg til personlig integritet og påvirkningskraft.

## Ditt arrangement vårt ansvar!

Kurs & konferanser  
Firmaturer (inn- utland)  
Seminarer  
Kick-off  
Salgsmøter  
Kundearrangement  
Jubileum  
Aktiviteter  
Toastmastere  
Underholdning  
Foredragsholdere  
Temafester  
Julebord  
Middager

TRONDHEIM  
ARRANGEMENT



bidrar til unike opplevelser!

Resturantør på Ringve

Trondheim Arrangement, Teglbrennerveien 7c  
7013 Trondheim - 72 88 44 55

[trondheimarrangement.no](http://trondheimarrangement.no)

# Helseforsikring gir trygghet for bedriften og for dine ansatte

Sykefravær og helsekø gir utfordringer for mange bedrifter. Med helseforsikring kan dine ansatte komme raskere tilbake på jobb og slippe å stå i helsekø.



SpareBank 1 SMN har de siste årene bygd opp et stort miljø innen pensjon, forsikring og kapitalplassering, forteller konsernbanksjef Wenche Seljeseth. Vi ser at kundene ønsker å samle alle finansprodukter et sted og ha en fast rådgiver som kjenner bedriften og ser alle finansielle områder i sammenheng. I SpareBank 1 SMN kan bedriftsrådgiveren støtte seg på et faglig spesialistmiljø med 25 ansatte innen pensjon, forsikring og kapitalplassering.

Omfanget av sykefravær og årsakene til dette er et meget aktuelt tema både i Stortinget og i media, sier Seljeseth. Sykefravær kan gi bedriftene tap av kunnskap, kompetanse og nedsatt produktivitet. Vi ser at flere og flere bedrifter tegner Helseforsikring for sine ansatte fordi kompetanse er en kritisk innsatsfaktor for bedriftens lønnsomhet.

For å sette tall på omfanget:

- 230.000 nordmenn står i helsekø
- Gjennomsnittlig ventetid er 102 døgn
- 10 % har ventet mer enn 3 år
- 3 % har ventet mer enn 5 år
- Hver 3. langtidssykmeldt står i helsekø
- Her tiende nordmann i arbeidsfør alder er uføretrygdet
- Sykemeldingene øker

*Karl Reinert Halsen og Wenche Seljeseth i SpareBank 1 SMN anbefaler helseforsikring til trønderske bedrifter.*



### Rett behandling til rett tid

De ansatte i bedrifter som har helseforsikring har en tidsgaranti, forteller banksjef Karl Reinert Halsen som leder spesialistenhet Skadeforsikring. Etter at den ansatte har fått henvisning fra legen sin garanterer helseforsikringen spesialistvurdering innen 10 dager og behandling innen 10, 20 eller 28 dager avhengig av hvilken servicetid bedriften har valgt. Det gir den ansatte trygghet både på jobb og i fritiden. De ansatte får også rett til å tegne helseforsikring til sine barn og ektefelle, samboer eller partner på samme vilkår som bedriften har fått.

Du er aldri så alene som når du er syk. Når du er syk er det beslutninger som må tas – beslutninger som kan være vitale. Med helseforsikringen er man

sikret hjelp og oppfølging i hele behandlingsløpet via telefon med sykepleier, sier Halsen. Den syke slipper dermed å føle seg alene. Det gir en helt annen trygghet i en usikker situasjon. Du blir hele tiden holdt informert om hva som er neste skritt og slipper å ringe for å mase om plassering i helsekø.

### Billig trygghet for bedriftene

Halsen kan fortelle at prisen er lik uansett alderen på de ansatte og med avtalegiro koster helseforsikringen ikke mer enn fra 5 kroner om dagen. Det er med andre ord en billig pris for å sikre bedriftens kompetanse. Prisen dekker alle kostnader relatert til behandlingsløpet. Tenk deg hva det koster en bedrift hvis en sentral person blir syk-meldt i ukevis på grunn av for eksempel ryggproblemer.

### Valg av behandlingssted

Behandlingsstedet velges ut i fra hvor den beste behandlingen finnes på godkjente sykehus i Norge, Norden eller i øvrige europeiske land. Dette kan være både offentlige og det private helsevesen. Den ansatte har selv innflytelse på valg av behandlingssted. Noen synes det beste er å dra utenlands i de tilfeller ny teknologi gir nye behandlingsmetoder utenfor Norge, andre foretrekker å bli behandlet i Norge, sier Halsen.

Gjennom å tegne en helseforsikring for dine ansatte gjennom SpareBank 1 SMN er du garantert at de får rett behandling til rett tid og dine ansatte slipper å stå i helsekø.

## StyreAkademiet Trøndelag og Næringsforeningen i Trondheim har inngått samarbeidsavtale

Avtalen betyr at StyreAkademiet Trøndelag (SAT) skal fungere som ressurscenter på styrekompetanse for NiT og bidra med arrangementer som inngår i NiTs møteplan.

StyreAkademiet Trøndelag er en regional avdeling av en landsdekkende ideell forening som på selvstendig grunnlag skal initiere aktiviteter som bidrar til å oppfylle foreningens visjon: Verdiøkning gjennom kompetent styrearbeid.

*Styreleder for StyreAkademiet Trøndelag Arne Jakobsen og administrerende direktør for næringsforeningen i Trondheim Berit Rian signerer samarbeidsavtalen.*



## Få bedre tid! – Jobb lettere, enklere og smartere

Vi gjennomfører bedriftsinterne kurs i:

**EFFEKTIV TIDSSTYRING • EFFEKTIVE MØTER  
ORGANISER PC • SAMHANDLING I PRESTASJONGRUPPER**

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

### LP Norge AS

Trondheim – Tromsø  
Tlf. 414 60 688 - firmapost@LPnorge.no

Besøk vår hjemmeside: [www.LPnorge.no](http://www.LPnorge.no)  
for mer informasjon.



# Retro ble Årets Handelsbedrift 2009

Prisen **Årets Handelsbedrift 2009** ble delt ut til Retro på Næringsforeningen i Trondheims siste Fredagsforum før jul.

## Begrunnelse for tildelingen

I sin begrunnelse for tildelingen sier juryen blant annet at Retro i sin nåværende form har siden 1998 representert et sterkt og annerledes konsept som hele tiden har ligget i forkant hva gjelder mote. Retro har blitt en merkevare ikke bare når det gjelder mote og klær, men også mht. service. Det er gledelig at de har brakt sitt konsept til andre steder i Norge: Bergen og Kristiansand.

Retro har vist evne til omstilling, samtidig som de har vært tro mot konseptet sitt. I tillegg til å levere gode resultater over tid, kan de også i den siste noe urolige tiden vise til positive tall.

## Hva er Årets Handelsbedrift?

Prisen Årets Handelsbedrift er et samarbeid mellom NiT og Fokus Bank som deles ut for fjerde gang i år. Prisen består av en sjekk på kr 25.000 (som gis videre til en selvvalgt veldedig/humanitær organisasjon) og et kunstverk.

## Kriterier for prisen

Prisen deles ut til en handelsbedrift som har hatt en god økonomisk utvikling de senere år, og som i tillegg har vist evne til innovasjon og markedstilpasning. Begrensingen er at bedriften skal være innen detaljhandelsområdet (dvs. at grossistene ikke er med). Bedriften skal ha sitt hovedkontor i Trondheim og ekspandere ut derfra.

Medlemmene av juryen oppnevnes av Fagråd Handel i Næringsforeningen, Samarbeidsgruppen Midtby'n, Fokus Bank og administrasjonen i NiT.



Retro-eierne Jørgen Sagmo og Randi Kulsetås (sittende) mottok prisen fra banksjef i Fokus Bank Rigmor Bråthen (til høyre) og Berit Rian.

# Nye medlemmer

## Byåsen Håndball Elite

er et eliteidrettslag som har ambisjon om å hevde seg i verdenstoppen blant klubbag for kvinner. Foruten en profesjonell sportslig satsing, organiseres og drives klubben etter markeds- og bedriftsøkonomiske prinsipper.

## Regnskapsfokus AS

er et autorisert regnskapsførerselskap med kontor i Trondheim og på Hitra. Vår ambisjon er å være Trøndelags mest kundeorienterte regnskapskontor.

## Fedem Technology AS

is specialized in the field of structural analysis and multibody system simulations. Our assignments spans from small and simple geometries such as anchor chains, to large complex mechanical systems like free-fall lifeboats and subsea oil well systems such as riser-analysis.

## Næringslivsringen

er et samarbeidsforetak mellom byggenæringen, NTNU og byggstudentene. Formålet er å bidra til flere flinke og godt motiverte byggstudenter på NTNU og derigjennom høyere kompetanse og en mer kompetent og konkurransedyktig byggenæring.

## StudiebyEN

er en forening med SiT, Trondheim kommune, NTNU, HiST, DMMH, Sør-Trøndelag fylkeskommune og studentorganene som medlemmer. Visjonen er at Trondheim skal være den foretrukne studiebyen i Norge og oppnå global status som studieby.

## Viju AS

leverer løsninger for visuell kommunikasjon og samhandling. Individuelle videoløsninger for arbeidsplassen og i konferanserommet står sentralt sammen med etablering av skreddersydde og brukervennlige audiovisuelle samhandlingsmiljøer.

## HR-Midtnorge AS

leverer en rekke tjenester innen HR-området. Hovedområdene er rekrutteringsprosesser, karriereveiledning og organisasjonsutvikling.

## TRB Kommunikasjon

hjelper deg å kommunisere på en bedre måte. Alt fra enkle tips og råd til idé og utforming av komplette kampanjer. Alt er mulig! Vi har holdt på siden 1988 og vært borti det meste.

## Proviso Holding AS

Proviso leverer effektive løsninger for å styre bedriftenes aktiviteter, internt og eksternt. I spissen for dette har vi et av markedets mest effektive web løsninger for å redusere arbeidet – fra publisering til rapporter/evaluering – alt på et sted.

## Momspartner AS

er et norskregistrert aksjeselskap som i over 10 år har ved hjelp av "no cure, no pay"-prinsippet bistått momspliktige bedrifter i Skandinavia med å få refundert momsutlegg i utlandet.

## Fesil AS

FESIL konsernet er en betydelig produsent av ferrosilisium og silisiummetall, en viktig faktor i produksjon av hhv stål og produkter innenfor kjemi-, aluminiums- og elektronikk industrien. FESIL AS har sitt hovedkontor på Ranheim i Trondheim, og konsernet omsatte i 2008 for 4,5 milliarder krone.

## Enterprise Europe Network – SINTEF

Enterprise Europe Network er en unik mulighet for bedrifter, FoU-institutt og andre interessenter som ønsker å finne partnere i Europa. SINTEF er en av norske operatørene, og har hovedansvaret for teknologipartnerskap. Våre tjenester er gratis for våre brukere.

## Idéportalen NTNU

Ideportalen.no - er et ideelt nasjonalt nettsted hvor virksomheter kan legge inn prosjektideer og oppgaver de ønsker utført av studenter. Formålet er å styrke virksomheters innovasjons- og konkurranseevne, gi studenter praktisk erfaring og styrke norske læresteders utdanningstilbud.

## Norsk Navigasjon AS

GPS-baserte løsninger for planlegging, utførelse og rapportering av feltarbeid.

## KLM Royal Dutch Airlines

AIR FRANCE KLM er et av verdens største flyselskap med et omfattende rutenett via sine huber Paris-Charles de Gaulle og Amsterdam-Schiphol. Fra Norge har vi til sammen 20 daglige direkteavganger til Paris og Amsterdam, fra blant annet Trondheim, Oslo, Stavanger og Bergen.

## Junior Chamber International Evolution

JCI Evolution er en del av den verdensomspennende Junior Chamber International, en frivillig organisasjon hvor unge ledere og entreprenører møtes, lærer og utvikler seg for å bli bedre. JCI ønsker å skape en bedre verden gjennom å skape bedre ledere.

## tf kompetanse as

bistår bedrifter med å nå sine målsetninger gjennom skreddersøm og fokus på den enkelte medarbeider. Våre medarbeidere har lang og bred kompetanse fra blant annet salgsledelse innen bank og bedriftsintern opplæring innenfor kundebehandling.

## Thermos AS

## Ramudden Norge AS

## EnterCard Trondheim

## Elisabeth Trøan Johansen

## Mørch Prosjekt AS

Retura  
garanterer  
miljøriktig  
håndtering  
av avfallet.



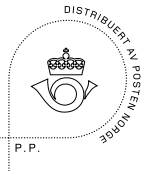
**Lei en  
container**  
– ring 72 54 05 10

Retura TRV  
Tel: 72 54 05 10  
www.retura.no

**RETURA**   
ET MILJØ I BALANSE

Returadresse:  
Næringsforeningen i Trondheim  
Postboks 778 Sentrum  
7408 Trondheim

B-Economique  
NORGE



## SpareBank 1 SMN

### – en totalleverandør for din bedrift

**SpareBank 1 SMN** tilbyr et komplett produktspekter innen bank- og finansielle tjenester. Gjennom våre datterselskap kan vi tilby tjenester som leasing, regnskapsføring og kjøp, salg og leie av næringslokaler.

**SpareBank 1 SMN** har et bredt utvalg av produkter innen finansiering, forsikring, plassering og betaling. Løsninger tilpasses din bedrifts behov. Vår brede kompetanse innen ulike bransjer gjør oss til en solid samarbeidspartner.

**SpareBank 1 SMN Markets** kan hjelpe med innhenting av kapital i investormarkedet og tilbyr tjenester innen corporate finance, rente- og valutasikring.



Vi imøtekommer alle behovene til din bedrift, og ser dem i et helhetsperspektiv.