



Hvilke muligheter!

Reklamebyrået Dinamo har som mål å forandre verden – litt. I september kommer de til Hamarøy for å hjelpe kommunens 1.850 innbyggere med å se hvilke ubrukte muligheter området har.

"Mulighetenes weekend" var rådmann Elin Eidsviks litt ville idé. Hun kom i prat med seniorrådgiver Per Tøien fra Dinamo, og vips var frøet sådd. Innovasjonsprogram Salten har støttet prosjektet, som forhåpentligvis blir virkelighet i midten av september.

- Dinamo kan ikke løse Hamarøys utfordringer. Men vi tror vi kan forløse noe, sier Tøien.

Skryt mer!

Fire av Dinamos 135 ansatte gjestet Hamarøy i månedsskiftet mai/juni, for å konkretisere "Mulighetenes weekend". Ingen av dem hadde vært i Hamarøy før. Det første som slo dem, var stillheten.

- Jeg har besøkt mange nydelige steder før, men aldri opplevd maken til ro, sier Henrik Habberstad. Kollegene Cecilie Huseby og Per Tøien følger på:

- Og tenk at så få vet om dette. Hamarøy er en av Norges best bevarte hemmeligheter! Uansett hvilken vei du snur deg, ser du noe storslagent. Dere kan godt våge å skryte mer av det dere har! er deres klare råd. Hamarøy har riktignok en svær konkurrent rett over fjorden.

- Ikke prøv å være Lofoten. Hamarøy må være et alternativ, ikke en etterligning. Når alle hopper til høyre – hopp til venstre! foreslår Dinamo.

Vakker og kjedelig

Dinamos folk fikk ungdommer i Hamarøy til å beskrive hjemkommunen som om de beskrev et menneske. "Kjedelig, men veldig vakker", var en av beskrivelsene. "Litt utafør som ungdom, men med veldig mange venner som voksen", sa en annen.

- Tygg litt på dette "vakker, men kjedelig". Hvor lenge tror dere dette parforholdet vil vare? Hva skal til for å gjøre skjønnheten



Dinamo Reklamebyrå besøkte nylig Hamarøy. Vi ser f.v. rådmann Elin Eidsvik, Svein Morten Sandnes fra ingeniørkontoret, Lars-Arild Johansen fra nærmiljøsentralen, seniorrådgiver Per Tøien, kreativ leder Atle Høivik, administrasjonssjef Cecilie Huseby (de tre sistnevnte fra Dinamo), Hamarøys ordfører Jan-Folke Sandnes og planlegger Henrik Habberstad i Dinamo.

mer interessant? spør Atle Høivik i Dinamo.

Som de fleste Salten-kommunene har Hamarøy flere sentra, ikke bare kommunesenteret Oppeid. Høivik vil ikke være med på at det behøver å være et problem med hensyn til merkevarebygging.

- Tenk på Tine. Alle kjenner varemerket; det plager ikke kundene at de har underprodukter med ulike særpreg, som for eksempel fløte, yoghurt, melk og ost, parerer han.

Bo i hurtigrute

Mange brikker må på plass før "Mulighetenes weekend" 14. til 17. september blir en realitet. Det vil utvilsomt koste å få 135 reklamefolk til Hamarøy, selv om de skal arbeide gratis. Det arbeides nå med sponing og annen støtte. Innkvartering av så mange mennesker er også en stor

utfordring i Hamarøy. Riktignok har fastboende tilbudt seg å ta imot losjerende, men den mest aktuelle løsningen i skrivende stund er å få en gammel hurtigrute til Hamarøy, hvor Dinamo-staben kan bo.

- Hvorfor vil dere gjøre arbeidet gratis for Hamarøy?

- Dinamo har sine årlige Ona-turer, som skal styrke vår "stammekultur". I tillegg vil vi bruke vår kreativitet til å oppnå konkrete resultater. Vi kommer ikke til Hamarøy for å få oss en fest. Vi kommer ikke til Hamarøy for å gjennomføre en reklamekampanje. Dinamos visjon er å forandre verden. Det håper vi å gjøre nå også, sammen med flest mulig av Hamarøys innbyggere, sier Per Tøien.

TEKST OG FOTO: HANNE LØKÅS VEIGÅRD



Må snakke sammen

Fauna har strategien klar for å fremme vekst og utvikling i Fauske: Folk må snakke mer sammen. På den måten kan entusiasme gjødsles og ukultur lukes vekk.

Det er drøyt to måneder siden Asbjørn Olsen tiltrådte som daglig leder av det nyetablerte nærings-selskapet Fauna. Selskapets hovedfokus er å realisere målene i kommunens strategiske næringsplan.

Selvstendige prosjekter

- Det viktigste er å hjelpe fram prosjekter som kan eies av andre og leve på egen hånd. Det er ikke meningen Fauna skal "få noe til å skje". Det må næringslivet selv sørge for, sier han.

Han legger til at han også ser kulturlivet som en naturlig samarbeidspartner.

- Utvikling omfatter ikke bare næring. Trivsel er like viktig. Der kommer kulturen inn i bildet, sier han, og planlegger dialogmøter med kulturlivet i Sulitjelma, Valnesfjord og Fauske sentrum.

Knutepunkt

Han mener beliggenheten er Fauskes absolute fortrinn.

- Kunsten blir å utnytte beliggenhet og naturgitte forutsetninger. Fauske er et

knutepunkt. Det er viktig å gi folk grunner til å stoppe her, og lyst til å komme tilbake.

Han er glad for det som skjer nå, med bygging av strandpromenade og en åpning av sentrum ut mot sjøsiden.

- Det er dyrt, ja vel. Men om ti år kommer vi til å se at vi har fått igjen med renter, mener han.

Han erkjenner at Fauske er et handels-sentrum.

- Serviceinnstilling og kunnskapsnivå i forretningene er utrolig viktig. Dette vil vi også arbeide med, sier Olsen.

Snakke med, ikke om

Asbjørn Olsen er opptatt av at Fauske må unngå å pådra seg uforholdsmessig mye negativ medieomtale.

- Mange skriverier kunne vært unngått dersom folk snakket med hverandre i stedet for om hverandre. Vi må være mer opptatt av å løse problemer enn av å publisere dem. Fauna vil bidra så godt vi kan. Blant annet utreder vi muligheten for å leie større lokaler i det bygget vi holder til i. Ved å samle ulike aktører som arbeider med kompetanseoppbygging, kan vi skape en uformell arena som kan sette fart i Fauskes utvikling, sier Fauna-lederen, som også ser for seg å stille møte-rommet til disposisjon som lunsj-



Vi må heller snakke med hverandre enn om hverandre, sier Asbjørn Olsen, daglig leder i Fauskes nye nærings-selskap Fauna.

rom for næringslivet.

- Det kan komme mye godt ut av et fellesskap der man spiser matpakken sammen og diskuterer løst og fast, tror han.

TEKST OG FOTO: HANNE LØKÅS VEIGÅRD

Kartlegger kompetanse

Hva slags kompetanse finnes blant bedriftens ansatte? Og hva trenger bedriften å spe på med for å utvikle seg videre? Det skal Meløy Bedriftsservice i samarbeid med Nordlandsforskning finne ut, i første omgang for fem bedrifter i Glomfjord Industripark.

Prosjekt "Strategisk kompetanseutvikling" støttes blant annet av RDA-midler. I tillegg til å kartlegge kompetansen hos 500 ansatte fordelt på fem bedrifter, skal prosjektet utvikle et konsept som er egnet

til bruk i både industri- og servicebedrifter. Prosjektet skal gi bedrifter et verktøy til å arbeide systematisk med planlegging og utvikling av kompetanse.

Strategisk

Meløy Bedriftsservice, som yter service til bedriftene i næringsparken, fikk signaler om at flere bedrifter hadde behov for å få oversikt over hvilken kompetanse de ansatte har. Med kompetanse menes både formell utdanning, yrkespraksis og andre ferdigheter man har tilegnet seg i jobb og på fritiden.

- Det er viktig å vite hva medarbeiderne kan, for å utnytte ressursene best mulig. I mange tilfeller kan man klare seg med å kurse noen av medarbeiderne, framfor å gjøre nyansettelser. Men også ved rekruttering er det kjempeviktig å vite hva slags kompetanse man faktisk har behov for, poengterer prosjektmedarbeider May Helen Sørsandmo i Meløy Bedriftsservice

og forsker Liv Toril Pettersen i Nordlandsforskning.

Til nå har de kartlagt kompetansen i én bedrift, det hurtig voksende selskapet REC SiTech.

- Strategisk kompetanseutvikling er ikke minst viktig for en bedrift som ekspanderer, sier de.

Positivt

Prosjekt "Strategisk kompetanseutvikling" er et utviklingsprosjekt.

- Vi utvikler konseptet underveis, slik at det senere kan gjennomføres hos nye bedrifter. En kompetansekartlegging må dessuten oppdateres om den skal ha verdi, sier Sørsandmo og Pettersen.

De har inntrykk av at medarbeiderne synes det er spennende å bidra til prosjektet.

- Ingen av de involverte bedriftene står foran nedskjæringer. Snarere tvert om. En systematisk kompetansekartlegging bidrar til å styrke bedriften og dermed også arbeidsplassene. Da er det også fruktbart for medarbeiderne å bidra, sier de.

Prosjektmedarbeider May Helen Sørsandmo (t.v.) og forsker Liv Toril Pettersen kartlegger kompetansen i fem av Glomfjord Industriparks bedrifter.

TEKST OG FOTO: HANNE LØKÅS VEIGÅRD





Saltal industri- og næringshage – Saltin – satser på design. Fra venstre administrerende direktør Morten Hugo Olsen, industridesigner MNID, Laila Nordnes og produktdesigner Bengt-Arne Sundsfjord.

Tenker design fra A til Å

Når en gründer ber om hjelp, tenker Saltin design fra første stund. Design er nemlig mye mer enn innpakningen.

Å være god på design er Saltins strategi. Industridesigner Laila Nordnes, som selv har den høyeste designutdannelsen man kan få i Norge, mener miljøet i Saltal er det beste designmiljøet nord for Trondheim.

Billig modell

- Mange idéer strander fordi gründeren legger for lite vekt på design i startfasen. Man må kjenne markedet for å treffe med et produkt, og produktet må tilpasses kundens behov så godt som mulig. En gjennomtenkt design kan dessuten bety billigere produksjon og flere bruksområder for produktet, sier hun.

Både hun og kollega Bengt-Arne Sundsfjord starter ofte med å lage billige modeller av papp, plast og skum for å hjelpe oppfinnere med å finslupe idéen sin. Neste steg er å lage en støpt modell, som kan presenteres overfor potensielle kunder og investorer.

- Å lage en slik modell koster et femsifret beløp. Det er likevel rimelig, sammenlignet med å kjøpe inn verktøy og starte produksjon av et produkt som kanskje viser seg ikke å treffe markedet, sier de.

Bred bistand

Saltin (Saltal industri- og næringshage) har fem ansatte, og er et aksjeselskap, eid av 18 lokale bedrifter. Selskapet får tilskudd fra flere offentlige og private instanser, men skal også tjene penger på virksomheten sin.

- Uten inntekter kunne vi ikke vært så mange ansatte, forklarer administrerende direktør Morten Hugo Olsen.

Saltins kunder kommer etter hvert fra hele landet.

- Vi hjelper til med å vurdere marked, profil og finansiering. Vi kan også lage powerpoint-presentasjon eller brosjyre, og vi kan være med på gründerens presentasjon overfor mulige investorer. En oppfinner er ikke nødvendigvis den beste til å presentere idéen utad, sier Olsen.

Hjemmesnekret

Da Laila Nordnes tok sin mastergrad i industridesign ved Arkitektur- og designhøgskolen i Oslo i fjor, undersøkte hun hvilke holdninger bedrifter i Nordland har til design.

- Av 25 bedrifter hadde en tredel utviklet nye produkter de siste tre år. Men bare én hadde benyttet designer. Det utvikles utvilsomt nye produkter i Nordland, men mange av produktene slår aldri gjennom. Et mer bevisst forhold til industridesign kunne nok økt gjennomslagskraften, tror Nordnes.

Spisskompetanse

Morten Hugo Olsen er opptatt av at ulike næringssselskaper bør bygge opp hver sin spisskompetanse.

- Hvis alle skal drive med det samme, blir man bare halvgod på alt. Jeg tror Saltin er bedre tjent med at vi er gode på hver våre felt, og at gründerne av og til må sendes over kommunegrensene for å få den beste hjelpen, sier han.

TEKST OG FOTO: HANNE LØKÅS VEIGÅRD

Nettverk for samarbeid

Bedriftene i Glomfjord industripark utreder muligheten for å etablere et nettverk for samarbeid – et såkalt industricluster.

Innovasjon Meløy i Glomfjord Industripark har fått støtte fra Innovasjonsprogram Saltin for å se nærmere på hvordan andre industricluster i inn- og utland arbeider. Den systematiske sammenligningen kalles et benchmarkingsprosjekt.

Prosjektleder Lina Vibe og andre fra industriparkene på Raufoss og Herøy. Etter sommerferien kan det bli aktuelt å se nærmere på industriparkene i Nederland og Tyskland. Målet er å finne en best mulig organisering av et fremtidig industricluster i Glomfjord.

- Hensikten med et industricluster er å bedre konkurransekraften til eksisterende bedrifter, høste stordriftsfordeler og bli mer attraktiv for nyetableringer. Vi ser også for oss at en samlet industri lettere vil nå fram overfor myndighetene, sier Vibe.

Et industricluster skal bidra til nyskaping, både internt i bedriftene og mellom bedriftene. Et cluster skal også synliggjøre samhold og samarbeid, og gi gevinster innen produktivitet, kompetanse og arbeidsmiljø.

- Det er viktig å tenke helhet. Glomfjord har samlet sett et unikt kompetansemiljø. Bedriftene kan i mye større grad samarbeide, lære av hverandre og benytte hverandres kompetanse, mener Vibe.

Hun ønsker å avslutte benchmarkingsprosjektet med en industrimesse for Saltin.

- Da ser vi for oss å fylle Meløy kulturhus med stands fra Saltens mange industribedrifter. Vi vil skaffe gode foredragsholdere, slik at messen får et faglig innhold for folk fra industrien. I tillegg vil vi invitere skoler og andre. Meløy er en industrikommune, og det er vi god på. Vi vil gjerne vise fram hva vi har, sier Lina Vibe entusiastisk.

TEKST OG FOTO: HANNE LØKÅS VEIGÅRD



Bedriftene i Glomfjord Industripark trenger en arena for samarbeid. Prosjektleder Lina Vibe er i full gang med å sammenligne andre eksisterende industricluster.

På kalender`n

22. juni

Fauna inviterer næringslivet i Fauske til videre prosess rundt strategisk næringsplan. Kontakt Fauske Næringsforum (75 64 68 70) eller Fauna (75 64 70 90)

19. juli

EFTAs overvåkingsorgan ESA avgjør om Norge får gjeninnføre differensiert arbeidsgiveravgift.

4. august

Næringslivsseminar/Augustseminar i forbindelse med Hamsundagene. Se www.knuthamsun.no

9. august

The Beatles - det ultimate kreative team. Kultur- og næringslivsseminar med komponist og foredragsholder Asbjørn Schaathun på Galleri Bodøgaard. Se www.nmfu.no

11. til 13. august

Nordkalottkonferanse i Bodø. Hovedtema for årets konferanse er kommunikasjoner på Nordkalotten. Se www.nordinfo-alta.iorg.no

14. til 16. august

"Riv gjerder - nye muligheter for elev og lærling" - nasjonal opplæringskonferanse i Bodø, arrangert av Nordland fylkeskommune. For utdanningsjefer, fagopplæringsjefer, politikere, representanter fra yrkesopplæringsnemnder, partene i arbeidslivet, lærerorganisasjoner, elevombud og elev- og lærlingrepresentanter. www.nfk.no

29. og 30. august

NHO arrangerer Småtinget i Bodø. Se <http://smaatinget.nho.no/>

Hard kamp for lavest mulig avgift

Bodø Næringsforum og Bodø kommune har kjempet iherdig for å unngå at Bodø og Tromsø skal få høyere arbeidsgiveravgift enn resten av landsdelen. - Det blir helt feil å vurdere disse byene i europeisk sammenheng, sier næringsforumets leder, Åshild Movik.

Differensiert arbeidsgiveravgift blir etter alt å dømme gjeninnført i Nord-Norge fra årsskiftet, men Bodø og Tromsø får en høyere sats. Dette fordi EFTAs overvåkingsorgan ESA mener de to byene har for stor vekst til å kvalifisere for samme ordning som resten av landsdelen.

7,9 i Bodø og Tromsø

Poenget med differensiert arbeidsgiveravgift i tynt befolkede områder er å hindre eller redusere nedgang i befolkningen. ESA avgjør saken 19. juli. De kommer trolig til å legge stor vekt på regjeringens notifikasjon. Den går inn for at næringslivet i Bodø og Tromsø får en sats på 7,9 prosent, mot 5,1 prosent i resten av landsdelen. (Finnmark og Nord-Troms får ingen arbeidsgiveravgift.)



Bodøs ordfører Odd-Tore Fygle og leder i Bodø Næringsforum, Åshild Movik, har kjempet hardt for å unngå høyere arbeidsgiveravgift i fylkeshovedstaden enn i resten av regionen. ESA avgjør saken 19. juli.

Motor for landsdelen

- Et paradoks at vekst plutselig blir et problem, ordfører Odd-Tore Fygle?
- Ja, det kan du si. Men det er viktig å huske at de to fylkeshovedstedene er viktige motorer for utviklingen i sine regioner. Svekker du Bodø, svekker du samtidig Salten og hele Nordland. Mange av bedriftene i Bodø opererer i et langt større marked enn byen Bodø. Skulle en bedrift droppe å etablere seg i Bodø, er det ingen selvfølge at den blir lokalisert til noen av nabokommunene. Da kan det hende den ikke kommer til landsdelen i det hele tatt, sier Fygle.

Bedriftsadresse avgjør

Han vil ikke overdramatisere virkningen av en noe høyere sats for næringslivet i landsdelens to største byer, men ser helst at bedrifter i samme nærmiljø har de samme rammevilkårene.
- Høyere sats for Bodø og Tromsø betyr økte kostnader for bybedriftene isolert sett, og høyere utgifter enn konkurrenter i nabokommunene. Det er selvsagt ikke gunstig med en slik ekstraskatt, sier han. Tidligere ble arbeidsgiveravgiften fastsatt etter arbeidstakers bosted. Slik blir det ikke lenger, om regjeringens notifikasjon blir vedtatt av ESA. Heretter blir virksomhetens lokalisering avgjørende. Åshild Movik frykter at dette kan få utilsiktede virkninger som motarbeider andre regionalpolitiske virkemidler, og er dessuten oppgitt over at en så vesentlig opplysning først ble kjent få dager før notifikasjonsfristen.

Små i verden

Bodø Næringsforum, Bodø kommune og flere andre har arbeidet hardt i kulissene for å gjøre regjeringen og ESA oppmerksom på hvilke uheldige virkninger det kan få om Bodø og Tromsø ilegges en høyere sats enn landsdelen for øvrig.
- Nå er det ikke stort mer vi kan gjøre, annet enn å avvente avgjørelsen i ESA. At regjeringen går inn for høyere sats i Bodø og Tromsø, gir selvsagt ikke grunn til stor optimisme. Vi håper ESA skal innse at Bodø og Tromsø er små byer i enhver annen målestokk, selv om de er store i landsdelen, sier Åshild Movik.

TEKST OG FOTO: HANNE LØKÅS VEIGÅRD

innsats

Nyhetsbrev fra Innovasjonsprogram Salten - nr. 2 - 2006

Utgever: Innovasjonsprogram Salten

Redaktør: Daglig leder Heidi Øyvann

Adresse

Postboks 915/Prinsens gate 113 a
8001 Bodø
Telefon 755 48 600
Telefaks 755 48 601
www.salten.no/innovasjon

Grafisk produksjon: Bright ID AS

Trykk: Forretningstrykk AS

Innovasjonsprogram Salten er opprettet i forbindelse med bortfall av regional differensiert arbeidsgiveravgift (RDA), og er et fireårig prosjekt. For bedriftene i Salten medfører bortfall av RDA rundt 70 millioner kroner i 2004, voksende til 300 millioner kroner i 2007. Regjeringen har innført flere ordninger som skal kompensere for merkostnadene. Bagatelmessig støtte og transportstøtte er to rettingstiltak baserte ordninger, mens bransjeprogrammene og regionprogrammene er søknadsbaserte ordninger. Innovasjonsprogram Salten forvalter de regionale RDA-midlene for Salten. Det overordnede målet med programmet er å bidra til positiv utvikling av næringsliv og samfunnsliv i Salten.