

# Nye ideer, nytt liv

KILDEPRISEN

En kafédriver, en ukjent kunde og to dyrevenner er nominert til Kildeprisen blant årets gründere.

## Gründer, kandidat 1:

Hege Fjellstad, Café Passagen



Hege Fjellstad startet Café Passagen i 2006 med utgangspunkt i kafédrift. Hun har senere utvidet konseptet med intime konserter, revyer og selskapsarrangementer. Konseptet er en positiv tilvekst til Larvik, og har vært med på å trekke publikum til Larvik

sentrum, både på dagtid og kveldstid. Juryen er imponert over hennes vilje og mot til å ta risiko, samt hennes store entrepenørånd.

## Gründer, kandidat 3:

Morten Raaholt (bildet) og Frode Braakstad, Vitality Innovation AS



Vitality Innovation AS ble etablert i 2004. Bedriften er et utviklingselskap med fokus på produkter som gir bedre helse og ytelse hos dyr. Gründerne har jobbet målbevisst og langsiktig, både med kompetanse og kapitaltilførsel til selskapet.

Dette har gitt resultater. Juryen har lagt vekt på at konseptet har potensiale for mange kompetansekrevene arbeidsplasser i framtiden.



## Kandidat 2:

Per Skinmo, Ukjent kunde

Per Skinmo startet Ukjent kunde i 2005 og gjorde om selskapet til et AS i år.

Bedriften leverer markedsanalyser og rådgivning der forretningsidéen er å måle og avdekke salg- og servicenivået hos aktører i varehandelen og servicemarkedet. Skinmo har klare mål for videreutvikling, og gründeren mener selv at selskapet har et stort potensiale for flere arbeidsplasser. Bedriften har også gjennomført en nasjonal konferanse i høst som er med på å markedsføre Larvik som næringssted. Juryen mener at Ukjent kunde er en positiv tilvekst til Larviks næringsliv.

«Larvik er inne i en veldig spennende utvikling, kanskje den mest spennende i landet. Det skyldes ikke minst entusiasmen som er mobilisert hos larviksfolk de siste åra. Nå blir den største utfordringen å fortsette i det gode sporet vi er inne i, og skape liv i de strukturene som nå reiser seg. Nye bygg og byrom gir mer spillerom, men det må gis innhold for å ha en verdi. Da må vi fortsette å jobbe med oss selv, og samtidig bli flinkere til å fortelle det til verden utenfor.»

Jørgen Johansen, Link Larvik



GRÜNDERKRAFT

Det er viktig og hyggelig å legge til rette for unge mennesker med gode og «ville» idéer, sier Thore Liverød i denne kommentaren.

# Sats på gründerne

Det har skjedd mye positivt i Larvik de siste årene, noe som stadig blir kommentert av folk i og utenfor kommunen. Vi ser bygg reises og nye fasiliteter etableres. Resultatet er at mange ser disse kvalitetene og stadig flere ønsker å bo og drive virksomhet her. Kulturen i Larviks næringsliv har endret seg radikalt de siste årene. Vi har vært gjennom en holdningsendring etter Branding Larvik-prosessen. De fleste moderne ledere ser nå muligheter framfor problemer.

For at vi skal fortsette denne gode utviklingen, er det viktig at næringslivet står samlet og at vi ser nytten og gleden av å bidra med finansiering av merkevarebyggende virksomheter, så som promotering av Larvik, Larvik håndballklubb og andre virksomheter som setter Larvik på kartet. Vi må fokusere på framtiden, på nyskaping og på den oppvoksende generasjonen. Gjennom gründermiljøer skapes nye virksomheter og nye attraktive arbeidsplasser.

I Sjøparken Larvik legger vi nå til rette for nyetablerere gjennom produktet «Sjøparken Vekst». Vi har startet arbeidet med å skaffe leietakere til et bygg på 1.500 kvm (ca. 50 arbeidsplasser), som er under bygging og er ferdig straks over nyttår. I Sjøparken Vekst skal folk med idéer og vilje finne fasiliteter, støttefunksjoner og relasjoner som må til for å gjøre idéen til lønnsom virkelighet. Lykkes

det, skal man ha plass til å vokse. Lykkes det ikke, skal veien ut være like enkel.

Data? Design? Reklame? Hva du satser på, spiller mindre rolle. Det er mange svar på hva som skal til for å lykkes som gründer. Selv mener jeg at det aller viktigste er å være gal nok og å tørre. Du må tro på idéen din, men det er viljen, evnen og nettverket du har rundt deg som avgjør hvor langt det rekker. Det er viktig å være i et miljø som jazzer deg opp og hvor det er lov å feile.

«I Sjøparken Vekst ønsker vi å stimulere til nyskaping og videreutvikling. Derfor legger vi til rette for nettopp nyskaping i «Sjøparken Vekst». Her skal gründerne få rammevilkårene de trenger. Her skal de få lov til å vokse. Og det er ikke bare den enkelte som vil nyte godt av det. Sjøparken Larvik avhenger av andres suksess og at nye virksomheter vokser fram.

Thore Liverød jr.,  
Alfa Eiendom og Sjøparken Larvik

# Gjør norske butikker bedre på service

Tanken om å gjøre norske butikker mye hyggeligere å handle i, har gjort Per Skinmo (40) til en mann stadig flere bedrifter og kjeder er på jakt etter.

– Vi er i ferd med å bli en viktig spiller i varehandelen, sier Skinmo, som har fått seg kontor i toppen av det gamle høvleriet på Langestrand.

Det er tre år siden han sa opp ved Classic, ga seg som styreleder i Vårt Sentrum og startet «Ukjent Kunde».

– Jeg har aldri følt det som usikkert, sier han.

Nå omsetter firmaet hans for tre millioner, med tre ansatte.

– Målet er å komme på høyden med konkurrenten, som omsetter for 15 millioner og har rundt ti ansatte.

– Et verktøy for å måle kvalitet, salg og servicenivå, forklarer Skinmo.

Han har knyttet til seg rundt 200 observatører i hele Norge. Vanlige folk som på oppdrag handler – og deretter evaluerer butikkene de har vært i. Målet er å finne det gjennomsnittlige servicenivået. Når det er gjort, kommer Skinmo inn med forslag til forbedringer.

– Det handler i stor grad om å få butikksjefer til å være gode ledere som stiller krav til sine ansatte. Mange er gode på å starte butikk, men dårlige på å utvikle menneskene sine.

butikk bare du var pen i tøyen og smilte.

– Sånn er det ikke lenger. De som gir kundene dårlig service omsetter for 70 prosent mindre enn de kunne gjort.

Ukjent Kunde jobber med 300 butikker over hele landet.

– Vi skal i gang med et stort prosjekt i Tromsø også, være en del av et større serviceløft.

Men noen grunder, det har Skinmo aldri sett seg selv som. Han har bare forfulgt en ide i en bransje han alltid har jobbet. Uten å ha søkt en krone i støtte.

– Dette er ikke noe kapitalkrevende virksomhet, sier han, og legger til:

– Jeg føler meg sikker på at selskapet har fått trygge ben å stå på nå. Men jeg er ikke i havn. Ikke i det hele tatt.

**Gry Remme Nordvik**

992 03 713 • gry.nordvik@op.no



**Funnet sin nisje:** Daglig leder Per Skinmo i Ukjent Kunde selger sammen med markeds koordinatør Jens Werner Andersen utviklingskonseptet sitt til stadig flere store butikker og kjeder. (Foto: Gry Remme Nordvik)

Hva er så Ukjent Kunde?

Skinmo sier du før fikk jobb i en