KONSERNMAGASIN

Lyse Sider

NO 1
2021

STYRKELØFT

Med en klar ambisjon om flere og enda bedre kundeopplevelser rigges nå konsernet for røffere konkurranse om kundene.

LES MER PÅ SIDE 4-15

Samler mer i ny boks SIDE 20
Eksplosiv etterspørsel etter strøm SIDE 26
Kraftarkitektur SIDE 34
Lyse og Viking – ny historisk avtale SIDE 37

Kjære kolleger!

Det nærmer seg sommerferie og fri, forhåpentligvis uten for strenge restriksjoner og med muligheter for å reise dit man vil, innenlands om ikke annet!

Her har du et nytt nummer av Lyse sider, der du kanskje kan hente litt inspirasjon til et par steder her til lands, Senja og Suldal er steder å merke seg altså.

I dette nummeret av konsernmagasinet har vi tatt for oss noen av de store endringene som preger konsernet, og vi gjør et dypdykk i Det Store Kundeløftet. Et omgripende og spennende prosjekt som vil involvere ansatte så vel som kunder. I tillegg kan du lese om reelle brukeropplevelser fra noen av våre TV-kunder i Danmark når det gjelder ny TV- og strømmeboks. Visste du forresten at vi samarbeider med to andre store, nasjonale nettselskap? Og at vi har en vinekspert som ukentlig anmelder varme, kalde, og sprudlende anbefalinger?

Med det ønsker jeg god lesing og god sommer!
Kristin Støle Kalgraff, redaktør

REDAKSJONEN:
Kristin Støle Kalgraff (red.), Ingvild Ween,
Andreas Veggeland, Stine Værang, Anne Guro Lia Ringsevjen

ANSVARLIG REDAKTØR:
Peter Schwarz

DESIGN:
Ivar Oftedal

FORSIDEFOTO:
Annette Myhre og Bjarne Sundsvik Bendixen. Foto: Elisabeth Tønnessen

TRYKK:
Gunnarshaug Trykkeri

PAPIR:
Munken Polar

OPPLAG:
1900

Redaksjonen avsluttet 9.6.2021

Lyse Sider trykkes på miljøvennlig papir

DET STORE KUNDELØFTET
SIDE 4-15

ENDELIG KAN SIGNAL TILBY STRØM I NORD
SIDE 30

FINANSSJEF MED NESE FOR VIN
SIDE 38

Skipet Normand Clipper startet i juni leggingen av en 700 km lang fiberkabel mellom Rennesøy i Rogaland og Newcastle i England. NO-UK-prosjektet utgjør en utrolig forbedring av norsk telekominfrastruktur, ettersom store deler av dagens datatrafikk går inn og ut av landet gjennom Sverige.

FOTO: Dave Flack

DET STORE KUNDELØFTET

Gjennom årene har vi bygget erfaring og ekspertise på det vi er best på; gode, grønne og relevante produkter for private kunder og bedriftskunder. Det store kundeløftet betyr fremfor alt at produkter og tjenester vil fremstå med en og samme avsender. Bedre, lettere og mer forutsigbart for kunden.

FOTO: Elisabeth Tønnessen

– Vi skal bli mer presise

Som leder for arbeidet med Det store kundeløftet er konsern-direktør Jens Arne Steinsbø opptatt av at prosjektet helt fra starten appellerer til lagspill og gir gode assosiasjoner. Da er også ordene vi bruker viktig.

TEKST: Kristin Støle Kalgraff **FOTO:** Elisabeth Tønnessen

Langsiktighet har alltid vært viktig i Lyse, og med det store kundeløftet formes det nå en fremtid der kunden vil merke endringer og forbedringer. For oss ansatte betyr det en anelse justering av hvilke ord og uttrykk vi bruker.

– Med strategi 2030 har det kommet opp en del initiativ som skal bidra til at vi sakte men sikkert forbedrer oss de neste årene. Arbeidet som ble gjort i forkant av 2030-strategien for Lyse, viser nemlig uklarheter og usikkerhet knyttet til roller og ansvar. Derfor har vi et spesielt fokus i Det Store Kundeløftet med å bli mer presise og mer skriftlige når det gjelder å beskrive hvilke organisasjoner som har ansvar for hva, sier konserndirektør Jens Arne Steinsbø som leder arbeidet med Det Store Kundeløftet.

Hvordan kan en slik prosess være skjerpende for vår arbeidskultur?
– Vi er i fellesskap kjempeambisiøse på Lyses vegne. Dette kommer blant annet til uttrykk i målene i Strategi 2030. For å få til det vi har satt oss fore, må vi for alvor bli nasjonale, vi må fortsette å utvikle stadig bedre kundeopplevelser, og vi må selge flere tjenester til de kundene vi allerede har. Den omorganiserin-gen vi gjør nå, gjør vi for å understøtte dette, sier Steinsbø.

Han er innforstått med at denne type endringsreiser fremstår litt defokuserende – og at det tar mye tid. Men han er sikker på at det er verdt det, av to grunner:

– Vi mener jo at vi endrer oss til det bedre! Det blir tydeligere for de enkelte selskapene hva de skal levere, det gjør det både enklere å lykkes selv og å samhandle med andre. I tillegg tenker jeg at selve endringen også kan skjerpe oss. Min erfaring er at Det Store Kundeløftet har svekket en del «vedtatte sannheter» i Lyse. Gjennom at vi endrer en del ting som «alltid har vært sånn», så blir det lettere for alle å tenke utenfor boksen og «hvorfor gjør vi det egentlig sånn?». Det er sunt!

Hvilke ord og uttrykk er riktig?
Vi må sørge for at vi har gode begreper for det vi skal gjøre mer av i en organisasjon, og kanskje fjerne noen begreper for ting vi skal gjøre mindre av. I Det Store Kundeløftet handler dette bl.a. om:

«Hjemmemarked» for Viken, Signal og Lyse – et begrep som vil bli mye brukt fremover og som gjør oss bevisst på bredden i konsernet.

"Ledelse" i stedet for «forhandlinger» når vi skal fastsette avtaler mellom selskap i konsernet.

Kunde eier jo seg selv, og vi må alle gjøre vår del for at kundene skal ha en best mulig opplevelse.

Det er utrolig gøy å se at så mange tar seg bryet å være med på den dugnaden det er å etablere begreper.

Med konsernet i ryggen

Ane Marte Hausken gjør seg klar for å styre skuta når stødige Energisalg skal møte rampete Smartly.

TEKST OG FOTO: Kristin Støle Kalgraff

– Vi har et mål om at vi i Smartly skal bli helt rå på å forstå kunden – og kombinere dette med kommersiell teft.

Ane Marte Hausken

I løpet av 10 år har Ane Marte Hausken hatt flere roller både i konsernet og på hjemmebane. Tre barn har hun fått og mer enn tre stillinger er byttet ut med stadig nye oppgaver. Ane Martes bakgrunn som sivilingeniør og hennes forståelse for endringsledelse har nå gitt henne enda en rolle – som leder av Smartly slik selskapet skal fremstå for kundene fremover.

En ting om gangen

Lyse-merkevaren er noe brorparten av kundene våre forbinder med strøm, og i Altibox-merkevaren vet de fleste handler om TV og internett. Men det de fleste ikke vet er at Smartly i fremtiden vil være merkevaren for strøm, lading og energitjenester, og at denne gjerne skal bli like tydelig og kjent som Altibox, i hvert fall på sikt.

Det er med andre ord en stor endring som er på gang. Ikke minst for ansatte og for organiseringen internt. Datterselskapene Lyse Energisalg og Smartly blir Smartly, noen av de ansatte i de to selskapene får nye roller og Hausken skal sy trådene sammen. Hvordan skal hun gjøre det?

– Den første tiden har det vært viktigst for meg å bli kjent med alle de flinke folkene i organisasjonen – og de har heldigvis gitt meg god voksenopplæring i energibransjen. Framover skal jeg med ledergruppen løfte blikket og sette tydelig retning, parallelt med at vi selvfølgelig har trykk på business as usual og hverdagens utfordringer, sier hun som inntil nylig var leder i Altibox.

Å høre henne si det slik, rolig og behersket og med et godt smil, gjør oss andre overbevist. Med sin myke og optimistiske haugesunds-dialekt gir hun inntrykk av at dette skal gå bra - for det skal det, og det vil det.

Ane Marte har en sentral lederoppgave i det store kundeløftet. Energi og tele skal styrke hverandre. Selgere skal håndtere mye mer enn før, organiseringen blir annerledes og markedet som skal håndteres blir større.

Følelsen av dårlig tid

Systematisk fremgangsmåte og knallhard prioritering tror Hausken er det som vil fungere.

– Vi må ikke la oss vippe av pinnen, men jobbe langsiktig mot det store bildet. Vi vil måtte tåle å stå i en periode der det å fikse verdikjeder og noen konkrete basisoppgaver er det som gjelder, men akkurat nå er vi litt bakpå i forhold til flere av konkurrentene, både i bedrifts- og privatmarkedet, og det å være framoverlente og fokuserte på kundebehov må være en prioritert oppgave, sier hun.

Nå settes noen mål for 2021. Vi skal i høst kommunisere sterkt og klart hva Smartly er, og vi jobber for å lansere en enkel men annerledes Smartly strøm-tjeneste i samarbeid med Datek (leverandør av IoT-produkter og løsninger), lover hun.

Innen jul er også målet å ha laget en plan for hvordan Smartly skal sette alvor bak vekstambisjoner, ved å markedsføre seg både nasjonalt og nordisk gjennom felles kundeplattform med telesiden. Hausken gjør regning med at strøm og tele vil ende opp i det samme kundesystemet på sikt, kalt Infonova.

ANE MARTE HAUSKEN
Siv.ing fra NTNU i kommunikasjonsteknologi. I tillegg MBA fra NHH i Bergen. Har jobbet i telekom-bransjen i 16 år, med ledererfaring fra Accenture, Telenor, Lyse Fiber og Altibox, og i tillegg vært konsernkoordinator i Lyse-konsernet.

Jeg er systematisk – syns det er spennende med nye muligheter – kan gjerne bli frustrert, men aldri sur.

- Hvem er vi for hvem?
– I Bodø vil en kunde få teleproduktet Altibox og strømproduktet Smartly, levert av Signal. I Sør Rogaland får kunden også strømproduktet Smartly, men fra Lyse.

Etter hvert håper også Hausken at kundene vil assosiere produkter fra Smartly som en leken tilbyder, som samtidig tar kundenes behov for bærekraftige løsninger på alvor. Helst enkle og engasjerende produkter for bedrifter og damen og mannen i gata, sier hun og smiler.

Slik rigges Smartly

I underkant av 60 personer vil jobbe med Smartly. De aller fleste kommer fra Lyse Energisalg, Smartly og Lyse Dialog, og i tillegg er det noen roller som skal rekrutteres.

– Vi har et mål om at vi i Smartly skal bli helt rå på å forstå kunden – og kombinere dette med kommersiell teft. For å lykkes i nedstrøms energi må det hanskes med både tøff konkurranse og små marginer, og da trenger vi en innovativ tilnærming. Andre områder som vi trenger riktig hoder til, er for å oppnå nødvendig digitalisering og forbedring.

Hausken opplever en positiv holdning blant ansatte som nå står i endringen og møter fremoverlente og klare medarbeidere som er villige til å stå på.

- Vi føler vi har konsernet i ryggen i denne oppgaven og vi vet det finnes mye solid i selskapet. Men aller helst skulle jeg gjerne arrangert en skikkelig fest!

Det store kundeløftet

Bjørn Fjeldsaa (t.v.) og Tore Halvorsen ser fram til å bli god på den respektives fagområde.

Omstillingsdyktig

Siden 2014 har Tore Halvorsen jobbet med salg av fiber for borettslag. Mange ganger har han lyttet til oppgitte kunder som må forholde seg til flere kontaktpunkt i Lyse. Nå blir det en ordning på det.

TEKST & FOTO: Kristin Støle Kalgraff

–Vi har etterlyst et initiativ som dette over lengre tid, sier Tore Halvorsen, trygg på at omstillingen han og kollegene skal gjennom vil bli et positivt tilskudd. Med forbedring av systemene våre vil vi som er ute og møter kundene kunne få en bedre og mer samlet oversikt og dermed være bedre forberedt på å svare kundene på deres spørsmål.

For inntil nå har det kanskje vært Bjørn Fjeldsaa fra Lyse Energisalg som har måttet informere Halvorsen om hvordan kunde-tilbudet på strømproduktene er.

– Hehe, ja det er sant, sier Bjørn som også er utelukkende positiv til endringen.

Foreløpig er det kartlegging som er det viktigste de to bidrar med. Og når den er klar er også de to selgerne klare for kundene med en rekke gode produkter de kan tilby. Per i dag har hjemmemarkedet i Lyse 40-50 totalkunder, det vil si kunder som gjerne har både fiber, TV-pakke, strøm, hjemmelader for elbil med mer. Her finnes det et stort potensiale mener de to.

God informajsonsflyt alfa omega

Tore og Bjørn er opptatt av at salgsteamene som nå skal ut mot kundene opprettholder god informasjon seg imellom.

– Jeg tror fellesmøter blir viktig, ikke bare for oss på salgsteamet, men særlig for ansatte med andre viktige funksjoner. Vi trenger alle spillerne på laget, bare da oppnår vi den gode Lyse-mentaliteten, sier Halvorsen.

Fjeldsaa følger opp med nok en god ide; –Kanskje vi kunne hatt "speakers corner", der de som hadde noe å melde kunne stått opp og sagt noen ord, det hadde vært bra!

LBD kan forekomme

- "Learning by doing" , det er det vi skal gjøre nå, sier Tore optimistisk. For at det kommer til å bli situasjoner der han står fast når det gjelder strømproduktene er han helt sikker på. - Ved å hjelpe hverandre i starten så blir vi mer selvs-tendige etter hvert.

Fra i høst blir endringen merkbar for salgs-avdelingene, og når det skjer skal de være klare.

Som bilselger i mer enn 10 år har Bjørn blitt knallgod på såkalt 1-1-salg. Nå er det salg til mange som gjelder, og det å være trygg i faget har alt å si.

- Det skal bli utrolig kjekt å fullføre mitt første salg på fiber!

Det store kundeløftet

Ny kundestrategi skal samle trådene

Stine Værang og Øystein Aase er to nøkkelpersoner som skal jobbe frem gode metoder for å sikre at kundene vil forbli kunder hos oss, samt inspirere til kjøp av flere produkter.

TEKST & FOTO: Kristin Støle Kalgraff

Det store kundeløftet handler om skape enda bedre kundeopplevelser, samtidig som vi samler konsernet og jobber smartere mot felles mål. Som et ledd i dette arbeidet skal det utarbeides en kundestrategi. Den skal blant annet si noe om hva kundene vinner på å ha flere produkter og tjenester fra oss, og hvordan vi skal løse kundebehov fremover.

– Det handler om å koble konsernets mål med det som skjer i selskapene, slik at alle drar i samme retning og holder beina godt plantet i kundenes sko, sier Øystein Aase som vil få en sentral rolle i den nye avdeling Plattform.

– Vi må bli tydeligere på hva kundene kan forvente av oss i hjemmemarkedene. Hvorfor skal man velge flere tjenester fra oss, istedenfor å handle hos andre leverandører? Det må vi være klokkeklare på. Her er det rom for mange gode diskusjoner og et stort potensial, sier markedssjefen i Signal, Stine Værang.

Det store kundeløftet

OMAR RETTERSTØL
begynte i det som før het NOC, (i dag AOC, Altibox Operation Central) for 16 år siden. Han jobbet der kvelder og netter mens han studerte og fikk etter hvert et sommervikariat. Deretter fikk Omar fast jobb som ingeniør, og etter hvert leder i de 8 siste årene.

Plattformsjef

Omar Retterstøl og hans store team i avdeling Plattform har fått en stor oppgave. De skal sørge for at alt det gode kundearbeidet som finnes i Lyse ses under ett – slik at kundene blir fornøyd. Så enkelt, og så vanskelig.

TEKST & FOTO: Kristin Støle Kalgraff

– Det ligger i bunn av alt vi nå skal gjøre, målet om en kunde som opplever at kundeforholdet bare fungerer, at vi fikser tingene for dem, sier Omar Retterstøl Langset, direktør kundeplattform.

Avdeling Plattform blir en avdeling i morselskapet, knyttet til strategi og teknologi. Den vil bestå av et omfattende antall ansatte, ca. 40 som allerede har en stilling i konsernet, og mellom 25 og 30 innleide.

– Jobben de skal gjøre består i å bidra til at de ulike delene som ligger spredt i konsernet, skal fungere sammen. Det gjelder både mennesker og systemer.
- Nå er det helheten som teller, kundeplattformen vår - derfor navnet "plattform", understreker Langset.

Så hvorfor gjør vi det?
– Å hjelpe kundene i Lyse til å få en enda bedre hverdag, og at de opplever Lyse som ett konsern er ingen liten oppgave. Men når vi først har kommet dit, kan vi bruke merkevarene som eksisterer, mer effektivt, der det gir mening, sier han.

Plattform er en felles kundeplattform, der kunder av både Signal, Viken og Lyse smelter sammen, for ikke å snakke om våre kunder i Danmark. Mer samlet som ett konsern, ikke bare teknisk.

Nå skjer oppgavene fortløpende, og siden midten av april har Langset og en konstituert ledergruppe på rundt 17 personer, jobbet med kartlegging for å danne grunnlaget. Organisasjonen skal settes, ansvar og struktur skal fordeles. 18 arbeidspakker skal håndteres, behov skal etterprøves og så må det etableres porteføljestyring. I tillegg tar avdeling Plattform over ansvar for en god del leverandører og avtaler hvor det også er personell involvert.

Får fart på riktig rekruttering
Å jobbe langsiktig er noe Lysekonsernet er kjent for. Og denne langsiktigheten blir veldig viktig også for rekrutteringsjobben som Lyse skal i gang med.

– Det er viktigere enn kanskje noen gang at vi er tidlig ute med å skaffe oss flere flinke folk for årene som kommer. Det som ofte skjer er at konsulentbyråer kupper nyutdannede teknologer, og så ender vi opp med å leie disse til en skyhøy pris. Vi ønsker i stedet å ansatte dem i konsernet, og lære dem opp underveis på reisen, sier Langset engasjert.

I tilknytning til det store kundeløftet og konsernets 2030-strategi gjøres det nå et viktig rekrutteringsarbeid i HR sammen med bl.a. Plattform og Altibox Teknologi. Helt konkret innebærer det også at AiB Teknologi er første deltaker i en pilot.

- Fra høsten vil vi være mer tilstede på universitetene. Der kommer vi til å ha nye stillinger i baklommen som vi kan tilby. Det vi ønsker å få til nå er å få til et mangeårig program. Det kan for eksempel bety at vi tar inn 5 nye nå, året etter tar vi kanskje inn 10, og det påfølgende året 20. Har stor tro på at dette er noe vi trenger, sier Langset.

Etter hvert er dette noe som også vil gjennomføres i andre deler av konsernet.

Mer samarbeid for å nå klimamålene

En oppdatert klimarapport fra Lyse og Haugaland Kraft skal hjelpe myndigheter, politikere og næringslivet å ta bedre klimavalg. De to selskapene er sentrale i omstillingen av Rogaland og mener at det trengs større og mer treffsikre tiltak for å kutte utslipp.

TEKST: Peter Schwarz **FOTO:** Shutterstock

Foto: Kristin Støle Kalgraff

– Rogaland har fortsatt en lang vei å gå dersom vi skal nå politikernes ambisiøse mål om betydelige kutt i klimagassutslippene allerede i 2030. Fortsetter vi med dagens planer og tiltak, vil fylkets utslipp kun bli redusert med 10 prosent når kvotepliktig sektor er inkludert. Det er behov for et tettere klimasamarbeid på tvers av kommunegrenser, sektorer og over Boknafjorden. Med denne rapporten ønsker vi å legge grunnlaget for økt samarbeid for å lykkes med det grønne skiftet, sier konsernsjefene i Lyse og Haugaland Kraft, Eimund Nygaard og Olav Linga.

Ny klimarapport for hele fylket

«Klimarapport Rogaland 2017-2019» er utarbeidet av Thema Consulting på oppdrag av de to ledende energi- og telekomkonsernene i fylket. Både Lyse og Haugaland Kraft er sentrale i arbeidet med å muliggjøre det grønne skiftet, og bidrar til dette gjennom arbeid med elektrifisering og digitalisering.

Det er andre gang rapporten kommer ut, men det er første gang hele fylket er dekket. Rapporten gir en oversikt over utfordringene og mulighetene i sør- og nordfylket i et samlet perspektiv. Her presenteres utslipp fordelt på sektorer, hvilke tiltak som vil gi størst reduksjon, hva det vil koste og hvem som må involveres.

- Vi håper at denne rapporten ytterligere styrker arbeidet med å få ned klimautslippene i fylket. Da må vi prioritere de tiltakene som gir størst uttelling for lavest mulig kostnad. Dette krever innsikt og fakta, samt kommuner og selskaper som vil og kan drive fram de riktige prosjektene, sier Nygaard.

Utslippene går sakte nedover

I perioden 2017-2019 har utslippene i fylket totalt sett gått sakte nedover. I Rogaland var klimagassutslippene i 2019 på 4 260 000 tCO_2e (tonn CO_2-ekvivalenter), fordelt på 1 790 000 i sør og 2 470 000 i nord. Rapporten viser at:

- Nesten halvparten av utslippene i fylket kommer fra industri, olje og gass.
- Omtrent en tredjedel av utslippene i Rogaland kommer fra transport: Sjøfart, veitransport og luftfart.
- Jordbruk står for en høyere andel av utslippene i Rogaland enn i landet ellers.
- Andelen utslipp fra sjøtransport er også høyere i Rogaland enn nasjonalt. Her øker utslippene, noe som trolig skyldes økt aktivitet.

Rapporten illustrerer hvilke tiltak som vil bidra til størst utslippskutt. Blant tiltakene som koster minst er gjenvinning og energieffektivisering. Tiltak som elektrifisering innen sjø- og veitransport har middels til høy tiltakskostnad, og bruk av avansert biodrivstoff er blant de dyreste tiltakene.

Viktige bidrag til utslippskutt

Både Lyse og Haugaland Kraft er i gang med flere initiativer for å bidra til å redusere klimagassutslippene.

- Fylket vårt huser viktig industri som gir mange arbeidsplasser. I tillegg har vi en lang maritim tradisjon. Rapporten peker på at grønn omstilling i disse næringene er avgjørende for å nå klimamålene. Her skal vi gjøre vårt for å bidra, sier Linga.

Haugaland Kraft investerer nå 160 millioner kroner i oppgradering av strømnettet i Haugesund sentrum, som blant annet vil styrke kraftforsyningen til Aibel-verftet og til Karmsund Havn. Havnekraft er et eksempel på et selskap som er etablert for å bidra til et av Europas største landstrømanlegg for cruiseskip.

Lyse er også i gang med flere samarbeid for å få ned klimagassutslipp. I samarbeid med Stavangerregionen Havn og Kolumbus planlegges ladeløsninger for hurtigbåter, og deretter landstrøm til cruiseskip. Det ses på muligheter for økt biogassproduksjon fra husdyrgjødsel sammen med blant annet Felleskjøpet, og sammen med IVAR vurderes karbonfangst ved avfallsforbrennings-anlegget på Forus. Sistnevnte er et av de de største punktutslippene på Nord-Jæren og tiltak her kan bidra til store utslippskutt.

Last ned rapporten på lysekonsern.no/bærekraft/

Her er vinneroppskriften!

Varierende byråkratiske regler i hver enkelt kommune fører ofte til at utbygging av fiberinfrastruktur både blir kostbart og går for sakte.

TEKST: Anne Guro Lia Ringsevjen **FOTO:** Shutterstock

Dette rimer dårlig med regjeringens mål om at innen utgangen av 2025 skal alle husstander og bedrifter ha tilbud om minst 100 Mbps nedlasting, sier Jon Birger Ellingsen, direktør for kommunikasjon og forretningsutvikling for Viken Fiber.

- Vår utfordring er i all hovedsak at sentrale og lokale myndigheter ikke har tilstrekkelig forståelse for sammenhengen mellom lover og pålegg de påfører oss, og mulighetene vi har til å bygge enda mer fibernett til enda flere husstander og bedrifter. Det har enkelt sagt med byråkrati, feilsorterte tiltak og tilhørende økte kostnader forbundet med anleggsarbeid, forteller Ellingsen videre.

En maraton

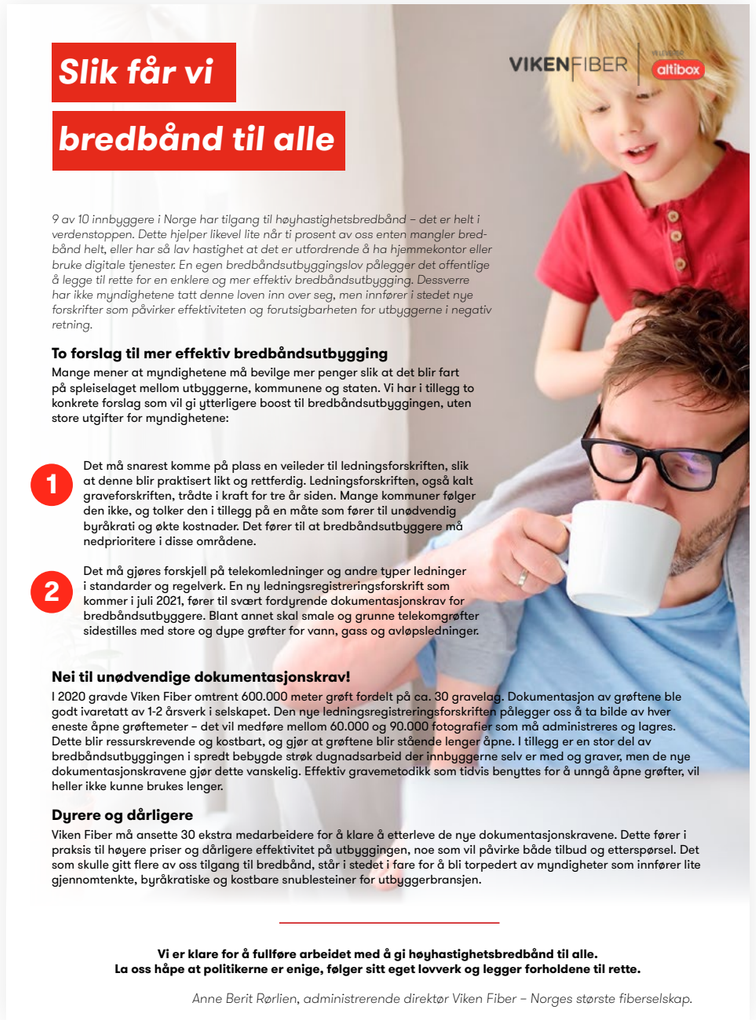
Norges politikere behøver god informasjon om hva som skal til for å gjøre utbyggingen både smidigere og mer effektiv. Da er det både riktig og viktig at vi i Viken Fiber tar en aktiv rolle i å informere om hva vi mener er vinneroppskriften for videre bredbåndsutbygging, sier Ellingsen. – Det er viktig med kontinuitet, spissede budskap og kontakt med både andre selskaper i konsernet, konkurrenter, interesseorganisasjoner, sentrale myndigheter og kommuner. Det er mer en maraton enn en spurt, og ofte ligner det mest på et orienteringsløp i skiftende vær, smiler Ellingsen.

Og direktøren er ikke redd for hverken løping eller ustabilt vær, og innehar dessuten en misunnelsesverdig utholdenhet - i tillegg til sine daglige arbeidsoppgaver har han sammen med et team på tvers av Lyse Tele jobbet iherdig med dette løpet siden 2008.

Bort med bremseklosser

Viken Fiber er i dag i over 50 kommuner. Uten en veileder til graveforskriften er det både tungvint og tidkrevende å tilpasse gravesøknaden til hver enkelt kommune.

Utfordringene kan enkelt løses med to enkle tiltak. Det ene er å snarest få på plass en fornuftig veileder til graveinstruksen og det andre er å lempe på de uforholdsmessige krav som stilles til telekomledninger i ledningsregistreringsforskriften. - Og det haster, sier Ellingsen.



Slik får vi bredbånd til alle

9 av 10 innbyggere i Norge har tilgang til høyhastighetsbredbånd – det er helt i verdenstoppen. Dette hjelper likevel lite når ti prosent av oss enten mangler bredbånd helt, eller har så lav hastighet at det er utfordrende å ha hjemmekontor eller bruke digitale tjenester. En egen bredbåndsutbyggingslov pålegger det offentlige å legge til rette for en enklere og mer effektiv bredbåndsutbygging. Dessverre har ikke myndighetene tatt denne loven inn over seg, men innfører i stedet nye forskrifter som påvirker effektiviteten og forutsigbarheten for utbyggerne i negativ retning.

To forslag til mer effektiv bredbåndsutbygging

Mange mener at myndighetene må bevilge mer penger slik at det blir fart på spleiselaget mellom utbyggerne, kommunene og staten. Vi har i tillegg to konkrete forslag som vil gi ytterligere boost til bredbåndsutbyggingen, uten store utgifter for myndighetene:

1. Det må snarest komme på plass en veileder til ledningsforskriften, slik at denne blir praktisert likt og rettferdig. Ledningsforskriften, også kalt graveforskriften, trådte i kraft for tre år siden. Mange kommuner følger den ikke, og tolker den i tillegg på en måte som fører til unødvendig byråkrati og økte kostnader. Det fører til at bredbåndsutbyggere må nedprioritere i disse områdene.

2. Det må gjøres forskjell på telekomledninger og andre typer ledninger i standarder og regelverk. En ny ledningsregistreringsforskrift som kommer i juli 2021, fører til svært fordyrende dokumentasjonskrav for bredbåndsutbyggere. Blant annet skal smale og grunne telekomgrøfter sidestilles med store og dype grøfter for vann, gass og avløpsledninger.

Nei til unødvendige dokumentasjonskrav!

I 2020 gravde Viken Fiber omtrent 600.000 meter grøft fordelt på ca. 30 gravelag. Dokumentasjon av grøftene ble godt ivaretatt av 1-2 årsverk i selskapet. Den nye ledningsregistreringsforskriften pålegger oss å ta bilde av hver eneste åpne grøftemeter – det vil medføre mellom 60.000 og 90.000 fotografier som må administreres og lagres. Dette blir ressurskrevende og kostbart, og gjør at grøftene blir stående lenger åpne. I tillegg er en stor del av bredbåndsutbyggingen i spredt bebygde strøk dugnadsarbeid der innbyggerne selv er med og graver, men de nye dokumentasjonskravene gjør dette vanskelig. Effektiv gravemetodikk som tidvis benyttes for å unngå åpne grøfter, vil heller ikke kunne brukes lenger.

Dyrere og dårligere

Viken Fiber må ansette 30 ekstra medarbeidere for å klare å etterleve de nye dokumentasjonskravene. Dette fører i praksis til høyere priser og dårligere effektivitet på utbyggingen, noe som vil påvirke både tilbud og etterspørsel. Det som skulle gitt flere av oss tilgang til bredbånd, står i stedet i fare for å bli torpedert av myndigheter som innfører lite gjennomtenkte, byråkratiske og kostbare snublesteiner for utbyggerbransjen.

Vi er klare for å fullføre arbeidet med å gi høyhastighetsbredbånd til alle.
La oss håpe at politikerne er enige, følger sitt eget lovverk og legger forholdene til rette.

Anne Berit Rørlien, administrerende direktør Viken Fiber – Norges største fiberselskap.

Den nye forskriften trer i kraft fra juli og sidestiller smale og grunne telekomgrøfter med andre typer grøfter som eksempelvis brukes til vann, gass og avløpsledninger. Dokumentasjonskravene til grøftene blir identiske, og det blir også krav om at grøftene skal måles før de fylles igjen – noe som i telekomsammenheng er lite hensiktsmessig. Dette fordyrer utbyggingen unødvendig og vil i praksis føre til tregere og mindre utbygging.

Kommer vi til mål?

- Mye av arbeidet det offentlige gjør for og med oss er veldig bra. Noe av arbeidet som treffer våre fiberselskaper er dog uheldig. Vi håper at beslutningstakere i det offentlige Norge oppfatter de utilsiktede negative konsekvensene av disse beslutningene, slik at vi i enda større grad kan bidra med å digitalisere Norge, sier Jon Birger.

I tillegg til at vi i våres sendte noen erfaringsbaserte innspill til alle de største politiske partiene i Norge, har vi også sendt et åpent brev til massemedier slik at vi får spredd budskapet vårt. - Alt i alt er formålet med vårt åpne brev å fortelle at vi trenger større forutsigbarhet, avslutter han.

Her kan du også lese vårt åpne brev - spre ordet!

Utviklingsleder Jan Erik Samsonen og tv-tester Svetlana Udintsova ved Altibox sin testlab der ulike dekodere og tv-konfigurasjoner er installert.

Samler enda mer i ny boks

Nordmenn, tyskere, indere, rumenere, franskmenn, en bråte tv-seere og en haug dopapirtrøtte håndballforeldre har alle bidratt til å skape en helt ny underholdningsopplevelse som snart kan oppleves av en halv million tv-kunder.

TEKST & FOTO: Andreas Veggeland

Denne sommeren braker det løs. Altibox lanserer en helt ny tv- og strømmeboks kalt Modell A. Målestokken for hva som er en god kundeopplevelse innen underholdning er definitivt i endring, og den nye underholdningsopplevelsen som er basert på Android TV, skal svare på de økte forventningene til tv-seerne.

- Vi rakk å ha ett fysisk møte med utviklingsteamet vårt fra Romania, i januar 2020. I en normalsituasjon hadde vi fortsatt å treffe hverandre én gang i måneden, men plutselig ble alle sendt på hjemmekontor, forteller utviklingsleder og fagansvarlig for Android i Altibox, Jan Erik Samsonsen.

Med utviklere i Norge, Tyskland, Romania og India og boks-leverandør lokalisert i Frankrike, har utviklingsprosjektet vært mer utfordrende enn vanlig. Blant annet er det ingen spøk å teste IPTV på rufsete internettlinjer. Da er vi heldigere stilt i Norge som er på verdenstoppen når det gjelder fibertilgang. Altibox har et eget team av profesjonelle testere som bistår med testing gjennom hele utviklingsløpet.

- Vi leverer premium produkter med skyhøye krav til kvalitet. Vi kan ikke bare teste litt og si at dette ser bra ut – det kunne man ikke ha gjort med et fly heller. Kundene har svært høye forventninger til oss og disse må vi oppfylle. Det er jo ikke noe særlig stas om barna plutselig ikke får sett barne-tv, sier testleder Vebjørn Kjeldsen. Han er ansvarlig for kvalitetskontroll og kan berette om en strukturert testprosess der tv-løsningen testes på

ulike enheter både i egne test-laboratorier men også hjemme hos ansatte.

- Heldigvis har de fleste fiber fra Altibox, så det er flere som har rigget seg til med mye utstyr hjemme for å teste der under pandemien, forteller Kjeldsen.

Bred testing

De profesjonelle tv-testerne har alle en testsertifisering i bunn og gjennomfører blant annet automatiserte tester. Men også «vanlige» tv-tittere involveres for å sørge for at opplevelsen finjusteres til perfeksjon. Allerede i oppstarten av prosjektet var det viktig å involvere brukerne så tidlig som mulig, for å sørge for at resultatet virkelig ble noe kundene ønsker seg. Men hvordan sørger man for å få innspill fra et variert publikum?

- Vi kontaktet Sola Håndball som vi allerede har et godt samarbeidsforhold til gjennom Lyses sponsorat. Sammen fikk vi til en dugnadsordning som innebar at klubben stilte med ungdommer, foreldre og besteforeldre som ga innspill på skissene våre, og så ble dette utgangspunkt for den videre utviklingen, forteller UX-designer Ole-Jørn Borum.

I stedet for å selge uhorvelige mengder med dopapir, besto dugnadsarbeidet i å se på skisser av menystrukturer og gi tilbakemeldinger på hvordan innholdet på skjermen bør presenteres.

- Vi slo flere fluer i samme smekk. Klubben fikk inntekter, familiene fikk en interessant dugnad og vi fikk verdifull informasjon fra veldig representative brukere. Vi hadde folk ned i 10-12-årsalderen opp til besteforeldre i 70-årene. Alle er viktige brukere av underholdningstjenestene vi tilbyr, sier Borum.

Altibox-partnerskapet er i dag Norges nest største tv-aktør. Denne våren rundet vi en halv million tv-abonnenter og Altibox vant også Norsk Kundebarometer. Med vekst og fornøyde kunder burde en kanskje være forsiktig med å gjøre for store endringer?

- Dette er en balansegang, samtidig som vi må ta vare på det brukerne våre liker med tjenesten vår i dag, må vi også utvikle oss. Målestokken for hva som er en god kundeopplevelse har forandret seg betraktelig de siste årene. Kundene våre sammenligner brukervennligheten med helt andre aktører, som for eksempel Sbanken. Tv-opplevelsen blir heller ikke lenger kun sammenlignet med tradisjonelle distributører som Telia og Telenor. Vi må minst være på samme nivå som Netflix og andre strømmeleverandører når det gjelder brukervennlighet, sier leder for underholdningstjenester i Altibox, Kjetil Hagen.

Samler og forenkler

Et kjennetegn med dagens underholdningsmarked er en stadig økning og fragmentering i tjenestetilbudet. Mange aktører skal tilby sine egne tjenester og det blir verre og verre for kundene å finne frem til innhold som de ønsker å se.

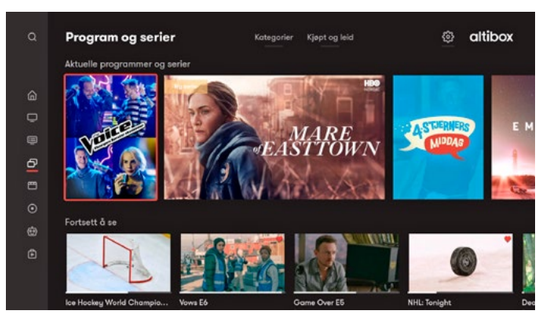
- Det blir svært uoversiktlig for kundene hvis ikke vi greier å skape en god kundeopplevelse som gjør det enkelt å finne frem til godt og relevant innhold, forklarer Kjetil Hagen.

Den nye underholdningsopplevelsen vil ikke ta utgangspunkt i de lineære sendeflatene slik man tradisjonelt har gjort. Kundene er ikke nødvendigvis så interessert i hvilken leverandør innholdet kommer fra, men de er opptatt av innholdet i seg selv.

- Hvis du skal se film en kveld, så har du kanskje lyst til å få oversikt over alle filmene du har tilgjengelig. Du ønsker ikke å gå til ulike steder, men vil ha alt samlet på ett sted. Og hvis Haaland spiller kamp en kveld, så vil du finne den enkelt under «sport» eller «fotball», du vil ikke bruke tid på å lete deg gjennom kanalene. Vi må skape den gode oversikten og hjelpen for kundene våre sier Hagen.

Kommer i sommer

Den nye tv- og strømmeboksen blir tilgjengelig for kundene i løpet av sommeren. Foruten en bedre brukeropplevelse, byr Modell A på tilgang til en rekke apper og spill gjennom Google Play-universet. Modell A har også innebygget Chromecast som gjør det enkelt å strømme innhold trådløst til valgfri skjerm og man kan enkelt ta med seg Modell A hvor som helst, for eksempel på hytta, og se på tv der.



Den nye underholdningsopplevelsen gjør det enklere å finne relevant innhold og har en struktur som minner om den man finner hos store, internasjonale strømmetjenester.

F.v.: Joakim Lorentsen, Anders Bakke, Marina Grinblat, Tom Nikolaisen og Nathaniel Johnsen.

Storfornøyd med å bli en del av Signal-familien

Blant mektige fjell og dype fjorder ligger et av Signal Bredbånds lokalkontor idyllisk til. Et firma som før oppkjøpet i 2020 het Senjanett, med seks ansatte og en stadig voksende kundemasse.

TEKST: Frida Bringslimark og Stine Værang
FOTO: Frida Bringslimark

Senjanett ble etablert i 1988, da under navnet Lenvik Kabel-TV AS, av Tor Nikolaisen. Den gangen var det ikke snakk om hverken digital-TV eller internett.

Fra 800 til 2300 kunder
Joakim Lorentsen og Nikolaisens sønn, Tom Nikolaisen kom inn i selskapet i 2006. Siden da har de fått være med på en rivende utvikling, spesielt økningen fra 800 kunder på tv og 50 på internett, til 1600 koaks-kunder og 700 fiberkunder.

- Etter hvert som Senjanett vokste, ble mer og mer av stamnettet endret til fiber. Vi begynte også å levere fiber helt frem til kundene i nye felt. Med kun seks ansatte og en økende konkurranse i området ble det utfordrende for kundesupport og avdeling for tekniske utvikling å holde tritt med økt kundemasse, forteller Nikolaisen.

Besøk Senja i sommer!

Ønsker du mye moro på kort tid, uforglemmelige opplevelser og spennende historie? Da er eventyrøya Senja i Midt-Troms stedet å dra til! La den arktiske naturen og kulturen ta pusten fra deg med sine spisse fjelltopper og dype fjorder.

Øya byr på spektakulære inntrykk. Opplev den fra sykkelsetet, i kajakk eller på toppen av et av de mektige fjellene. Trekk deg tilbake i rolige og inspirerende omgivelser på et av de unike overnattingsstedene som fins.

- Hamn er et av de fineste overnattingsstedene, spør du meg. Her kan du nyte lange sommerkvelder mens du ser ut over Atlanteren. Du får også hvalsafari og mulighet til å leie båt for å dra ut på egne eventyr, forteller Tom Nikolaisen.

Foto: Ainge-Schofield / Unsplash

På Senja finner du også utallige strender som kan måle seg i verdensklasse.

Dette bør du oppleve;

- Ersfjord, en av de mest kjente strendene. Her har Signal fiber i hele bygda – og det er vel ikke tilfeldig at de har egen gull-do, «Gulldassen» i tilknytning til stranden!
- Bøvær, en enda vakrere strand i et roligere område som ikke alle turistene er kjent ved (enda).
- Hamn, idyllisk overnatting med både hvalsafari og båtleie lett tilgjengelig.
- Mefjord brygge, mellom høye fjell finner du dette hotellet i en liten bygd med pub, fantastisk mat, båtleie, safari, guidede turer m.m.

- Selv om pilene pekte i riktig retning økonomisk, så vi at det kom til å bli et problem å stå alene i framtiden. Dialogen med Signal startet derfor 2019. Vi så at vi fikk mye god kompetanse ved å slå oss sammen, spesielt siden Nornett som vi kjenner godt fra før, også hadde blitt en del av Signal, fortsetter han.

Favoritt blant lokalbefolkningen
Gjennom langt arbeid og gode avtaler fikk gjengen på Senja svært god dekning i området, noe som skulle komme godt med i fremtiden. Lokalbefolkningen delte preferanse, og selskapet ble et populært valg som leverandør.

- Ved å være lokal, ha god kundebehandling og utføre service på dagen det ble meldt, selv i helger og helligdager, har vi klart å opprettholde en høy kvalitet gjennom over 30 år. En kvalitet vi bærer med oss den dag i dag, inn i Signal Bredbånd.

Etter oppkjøpet i 2020 hvor Senjanett ble en del av Signal Bredbånd i 2021, gleder gjengen på Senja seg nå over å være en del av et større fellesskap med mye kompetanse.

- Her på kontoret er vi alle enige om at oppkjøpet var veldig positivt for oss. Kundeservice og overvåkning blir utført på en mye bedre måte og vi som ansatte kan jobbe mer ryddig, forteller Nikolaisen og legger til;

- Vi er storfornøyd med å være en del av Signal-familien, og over å kunne være med i en solid bedrift som takler utfordringer, konkurranse og utvikling på en slik måte som Signal gjør.

Tom ønsker alle hjertelig velkommen til Senja, og er du i nærheten - er det alltid kaffe å få på lokalkontoret på Silsand!

Nettsamarbeid utredes

FAKTA OM SAMARBEIDSUTREDNINGEN:

- BKK Nett, Lede (nettselskapet i Skagerak) og Lyse Elnett har inngått intensjonsavtale om å inngå formelt samarbeid
- Utredningsprosjektets navn er basert på selskapsnavnene og forkortet til «BLL»
- De tre nettselskapene har totalt over 600.000 kunder
- Målet er blant annet reduserte kostnader til investeringer gjennom større volum på innkjøp, løft på digitalisering og økt selvbetjening for kunder, sterkere kompetansemiljø og fortsatt sterk regional tilstedeværelse.
- Beslutning skal tas til høsten og et eventuelt samarbeid skal være i operasjonell drift 1. januar 2022

Nettselskapene Lede, BKK Nett og Lyse Elnett vurderer samarbeid, men det gjenstår fortsatt kompliserte spørsmål som må løses før anbefaling i utredningsrapport er klar.

TEKST: Ingvild Ween

– Arbeidet gir mye læring, inspirasjon og forbedrings-punkter til eget selskap.

Marianne Frøystad Ånestad

–Samarbeidet er et verktøy for å realisere de målene vi har om bedre kundeopplevelser, redusert nettleie, økt etterspørsel og oppetid på strømnettet. Vi skal samarbeide for å skape positive verdier for kunder, eiere, ansatte og samfunnet, sa administrerende direktør Øivind Askvik i Lede under en digital samling i prosjektet.

Bakgrunnen for samarbeidet er at nettselskapene står overfor et digitaliseringsløft og betydelige nettinvesteringer. Det grønne skiftet og digital utvikling medfører store endringer i kraftsystemene og stiller nye krav til aktørene. Disse utfordringene mener selskapene kan løses bedre, og til lavere kostnader sammen enn hver for seg. Det er pekt på de tre områdene innkjøp, kundetjenester samt IT og digitalisering, hvor selskapene mener det er gevinster å hente på et formalisert samarbeid.

– Det gjøres en veldig bra jobb i arbeidsgruppene og foreløpige analyser gir optimisme med tanke på hva vi kan oppnå med et samarbeid, sier administrerende direktør Håvard Tamburstuen i Lyse Elnett .

Partnerselskap

Nettselskaper har ikke lov til å selge tjenester mellom hverandre, så prosjektet ser på en forretningsmodell som gjør et samarbeid om oppgaver mulig over tid.

– Vi ser på en forretningsmodell som innebærer å opprette et partnerselskap som eies med like stor andel av de tre nettselskapene og som blir en tett integrert arbeidsplass i allianse med nettselskapene. En slik modell er i samsvar med gjeldende regelverk og muliggjør samarbeid over lang tid, forteller prosjektleder og økonomisjef Marianne Frøystad Ånestad i Lyse Elnett.

Marianne er prosjektleder sammen med en fra BKK Nett og en fra Lede. I tillegg er det et stort antall ansatte i både nettselskap og konsern som deltar i arbeidsgruppene, og fra Lyse Elnett er det Svein Kristian Reiersen, Jorunn Bahus og Robert Hooper som leder arbeidet i de tre etablerte arbeidsgruppene.

- Det er god stemning i arbeidsgruppene. Folk er engasjerte og villig til å legge inn en ekstra innsats, noe som gjør dette mulig å få til. Jeg er også glad for at tillitsvalgte er med i utredningen gjennom deltakelse i alle arbeidsgruppene.

Bygge attraktive arbeidsplasser

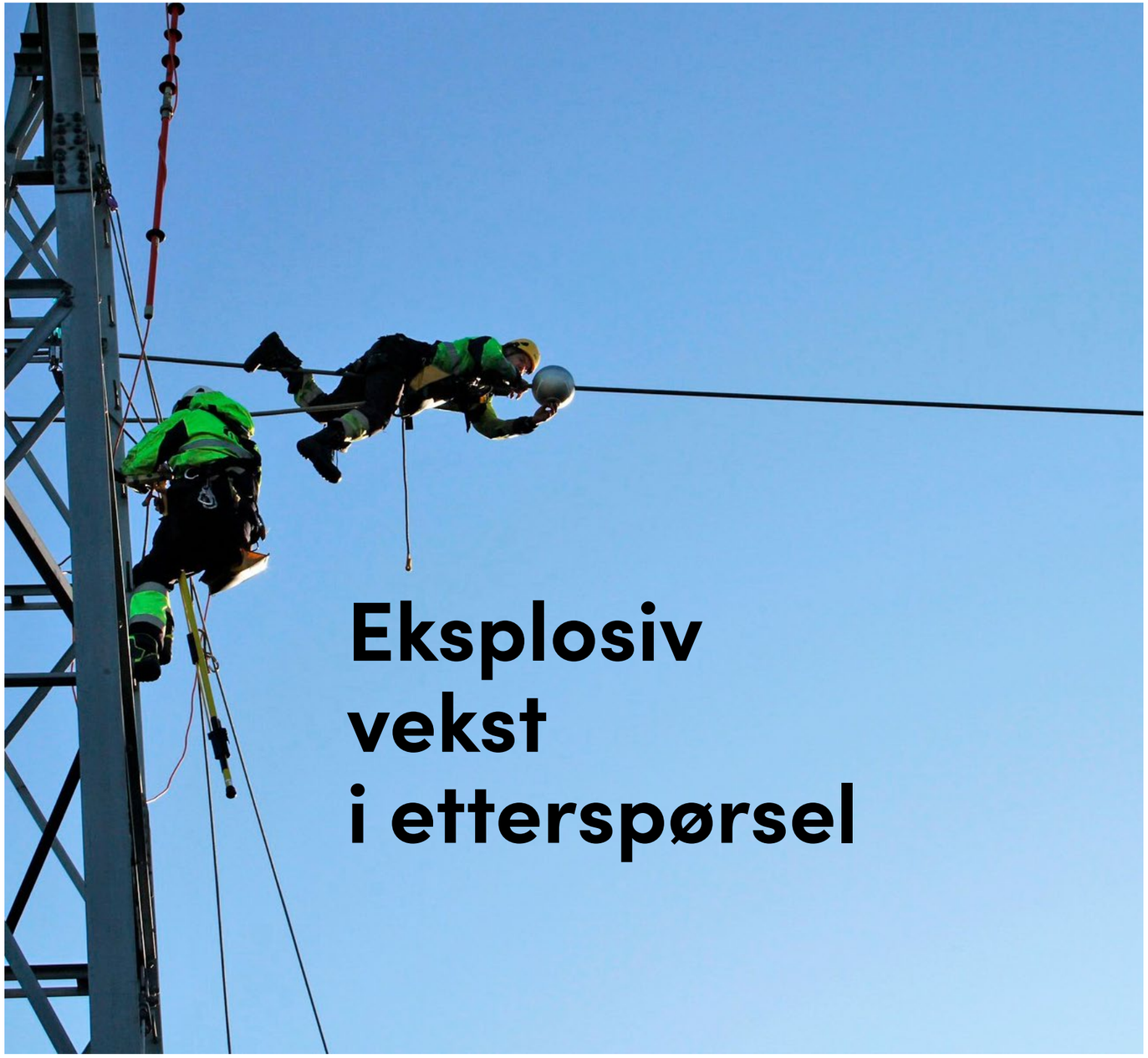
De tre nettdirektørene er opptatt av at samarbeidet også gir en spennende mulighet for ansatte.

- Målet er å bygge attraktive arbeidsplasser uavhengig av hvilken form et samarbeid får. Vi skal legge en god plan og ha en god prosess med tillitsvalgte for å ivareta rettighetene til ansatte. Det er fremdeles mye som skal kartlegges og utredes, og dette arbeidet må gjennomføres før vi kan være mer konkret, sier Tamburstuen.

Han legger til at et samarbeid mellom de tre nettselskapene også utvider kompetansemiljøet og nedslagsfeltet for de ansatte.

De tre nettselskapene har valgt å kjøre en åpen prosess, som krever mye kommunikasjon og en god informasjonsflyt i prosjektet, men også til alle ansatte.

- Arbeidet vi gjør er utrolig spennende. Det gir mye læring, inspirasjon og forbedringspunkter til eget selskap uansett hva resultatet til slutt blir, sier Frøystad Ånestad.



Eksplosiv vekst i etterspørsel

FAKTA ELEKTRIFISERING:

- Elektrifisering innebærer å erstatte fossil energi med bruk av elektrisitet
- FNs klimapanel (IPCC) peker på elektrifisering som sentralt virkemiddel for å redusere CO2-utslipp i energisektoren
- Bruk av elektrisitet er langt mer energieffektiv enn fossil energibruk. Statnett sine estimater tyder på mer enn halvering av energibruk
- Analyser fra NVE viser at elektrifiseringstiltak kan øke kraftforbruket med opptil 23 TWh frem mot 2040
- Behov for investeringer i strømnettet er for hele landet estimert til 9–16 milliarder kroner

Det har de siste årene vært en enorm vekst i etterspørsel fra kunder som ønsker å knytte seg til strømnettet. I Sør-Rogaland er det kommet inn henvendelser som tilsvarer 75 prosent av det rekordhøye forbruket 10. februar.

TEKST OG FOTO: Ingvild Ween

De største henvendelsene som er kommet inn siste 1-2 år gjelder blant annet datasentre, batterifabrikk, lading til transport og oppdrettsanlegg. Der det tidligere ble etterspurt kilowatt blir det nå etterspurt megawatt. 1 MW tilsvarer behovet til 200 boliger eller 100.000 LED-lys på 10 watt hver.

- Vi opplever at utviklingen går veldig raskt. Vi har strømnett over alt, men vi har ikke kapasitet til store tilknytninger overalt. I dag består vår verktøykasse i stor grad av å bygge nytt strømnett, men det tar tid å få nødvendige tillatelser og deretter bygge. Vi ønsker å utforske nye løsninger, høre hva markedsaktører tenker og gjerne også utfordre deler av reguleringen, sier administrerende direktør Håvard Tamburstuen i Lyse Elnett.

Store nasjonale behov

Elektrisitet dekker i dag rundt 50 prosent av sluttforbruket av energi i Norge, noe som er høyt i europeisk sammenheng. En vesentlig andel av Norge klimagassutslipp kommer fra forbruk av fossil energi i transportsektoren, på sokkelen og i industrien på land. Elektrifisering, altså å erstatte fossil energi med bruk av elektrisitet, vil redusere utslippene.

Den raske økningen i etterspørsel etter mer strøm, gjør at strømnettet enkelte steder har eller er i ferd med å ikke ha ledig kapasitet. Strømnettet er inndelt i tre nivåer. Statnett har ansvaret for transmisjonsnettet som enkelt forklart er "motorveiene" som sørger for at strømmen transporteres mellom regioner. I Sør-Rogaland har Lyse Elnett ansvaret for regionalnettet eller fylkesveiene hvis sammenligning mot veinettet benyttes. Til slutt er det distribusjonsnettet, de "kommunale veiene" som bringer strømmen helt fram til din bolig. Alle disse tre nivåene må ha ledig kapasitet for at vi skal lykkes med elektrifiseringen.

Å sikre økt kapasitet i distribusjonsnettet trenger ikke å ta veldig lang tid. Men for de to andre nivåene kan det ta 3-7 år eller mer for å øke kapasiteten i et prosjekt. Når det diskuteres nye datasentre eller batterifabrikker, så er det kapasitet i regionalnettet og transmisjonsnettet som gjerne er utfordringen. Samtidig er det foreløpig usikkerhet knyttet til hvor stort forbruk anleggene vil kreve og når behovet oppstår. Noen henvendelser gjelder trolig samme bedrift, men er meldt inn flere ganger av ulike aktører, eksempelvis tomteeiere av et gitt geografisk område.

- Når vi skal planlegge hvilken kapasitet vi trenger ulike steder i strømnettet 40-60 år fram i tid, så kan dette være svært

utfordrende. Samtidig har vi utbygging som pågår nå, og siden det er kostbare investeringer er det selvsagt viktig å treffe så godt som mulig med å beskrive framtidens behov, sier Tamburstuen.

Økt fleksibilitet
Det siste året har henvendelser om større tilknytninger langs kysten økt. Dette har gjerne kommet i områder som i utgangspunktet ikke har så stort strømforbruk, og derav heller ikke så stor kapasitet i eksisterende strømnett.

- Vi har kunder som ikke får knyttet seg til strømnettet før vi har bygget ny kraftledning og ny transformatorstasjon i regionalnettet. Dette gjelder eksempelvis for oppdrettsanlegg i Hjelmeland og lading til skip, sier Tamburstuen.

Nylig ga myndighetene grønt lys for å knytte til kunder på vilkår av at de godtar utkobling når forbruket overstiger kapasiteten i strømnettet.

- Dette er en løsning vi ønsker å tilby våre kunder. Den kan fungere godt for dem som ikke er avhengig av strøm 24/7 gjennom hele året. De fleste steder i strømnettet er det ledig kapasitet store deler av året, men på en kald vinterdag kan det være utfordrende, forteller avdelingsdirektør Nettplan og kunde Rannveig E. Norfolk i Lyse Elnett.

Bedre utnyttelse av kapasiteten i strømnettet er av vesentlig betydning for å holde investeringene i strømnettet nede, som igjen har betydning for nettleien.

I tillegg til at forbruket øker, så øker også produksjonen av sol og vind, såkalt uregulerbar kraft i strømnettet. Det innebærer mer krevende systemdrift der produksjon og forbruk kan svinge mye, også i løpet av ett døgn. Ofte er det lite produksjon fra sol og vind på de kaldeste vinterdagene hvor behov for strøm til eksempelvis oppvarming er høyt, så det gir da lite avlastning i strømnettet. Alle disse forholdene må være med i vurderingene som gjøres framover når nytt regionalnett og transmisjonsnett bygges.

Analyserer markedsbehov

Det skal gjennomføres en markedsanalyse for å få god oversikt over behov for strøm i årene framover i Sør-Rogaland.

- Vi ønsker å få mer kunnskap slik at vi har så korrekt informasjon om faktisk effektbehov som mulig. Det er viktig for å sikre at vi gjør de rette investeringene når vi nå oppgraderer strømnettet, sier avdelingsdirektør Nettstrategi og analyse Lars Andre Kalve i Lyse Elnett.

Han understreker at dette også har betydning for å sikre godt grunnlag for hva regionen trenger av kapasitet i transmisjonsnettet (motorveiene i strømnettet) inn til regionen. Kommuner, bedrifter, organisasjoner, konsulentselskaper og andre vil bli kontaktet de neste månedene for å få informasjon om effektbehov de har eller kjenner til.

- Vi ønsker å ta en proaktiv rolle for å så langt som mulig sikre at det er nok kapasitet i strømnettet til effektbehov som kommer i forbindelse med etablering av nye bedrifter eksempelvis batterifabrikk og datasenter eller ved overgang til elektrisitet når fossile energikilder fases ut, sier Lars Andre.

Planen er å gjennomføre digitale møter med kommuner og fylkeskommunen for å få bekreftelse på at vi kjenner til alle planer for nærings- og industriareal og hvilket behov de ulike områdene har. I tillegg skal det sendes spørreskjema til bedrifter, konsulentselskap og eiendomsutviklere for å få inn informasjon om konkrete prosjekter.

- I spørreskjema vil vi ikke bare spørre om konkrete planer og behov for effekt, men også om hva de tenker om å bruke fleksible løsninger for å jevne ut forbruket eller redusere forbruk gjennom eksempelvis lokal produksjon og batteri, sier prosjektleder Aina Serigstad i Lyse Elnett.

Målet er at resultat fra markedsanalysen skal brukes i arbeidet med Kraftsystemutredning.

Ti av Norges største nettselskaper har tatt til orde for en nasjonal strategi for elektrifisering.

Dette trengs for å sikre en tidsriktig og kostnadseffektiv realisering av den store omstillingen til et lavutslippssamfunn. Regjeringens nye klimaplan for 2021–2030 som ble lagt fram for Stortinget tidligere i år sier at Norge skal kutte utslipp innen transport, landbruk, avfall, bygg og anlegg med minst 45 prosent fra 2005-nivå innen 2030. Strømnettet er en viktig bærebjelke for å lykkes med elektrifiseringen hvor strøm brukes i økende grad for å redusere klimagassutslippene.

Nettselskapene Elvia, Tensio, BKK Nett, Lyse Elnett, Lede, Agder Energi Nett, Arva, Linea, Norgesnett og Glitre Energi Nett ønsker alle å bidra til at Norge når målene som er satt.

- Skal vi nå målene om utslippskutt og utvikling av grønne næringer, så må strømforsyningen holde tritt med utviklingen. Dette er svært krevende fordi økningen i behov skjer så raskt, og oppgradering av strømnettet tar tid å få på plass. Nettselskapene klarer ikke å løse dette alene, sier administrerende direktør Håvard Tamburstuen i Lyse Elnett.

Han har vært med i møter med blant annet olje- og energiminister Tina Bru for å presentere forslag til tiltak som kan avhjelpe. De ti nettselskapene har satt opp noen punkter som de mener bør drøftes og inkluderes i en elektrifiseringsstrategi:

- Er dagens rammevilkår og regulering av nettselskapene riktig skrudd sammen for å realisere tilstrekkelig nettkapasitet for en rask og landsdekkende elektrifisering?
- Hvordan utnytte fellesskapets eksisterende forsyningskapasitet og nettinfrastruktur best mulig gjennom prising av nett, ny teknologi og nye løsninger?
- Det skal bygges og utvikles mye nytt strømnett fremover, hvordan sikre at finansieringen av strømnettet har bred legitimitet blant nettkundene og i samfunnet for øvrig? Den høye elavgiften aktualiserer problemstillingen.
- Grensedragninger mellom marked og monopol: Hvordan best utnytte nettselskapenes kompetanse og nøytrale rolle til å finne samfunnsøkonomisk gode løsninger på elektrifiseringen og det grønne skiftet?
- Bærekraftig nettutbygging: Nettselskapene risikerer i dag å bli straffet økonomisk av myndighetene for å gjøre bærekraftige valg når vi bygger nett til elektrifisering. Vi foreslår derfor at vi sammen med myndighetene ser på målekriterier for bærekraftig elektrifisering, og bygger disse inn i den økonomiske reguleringen av nettselskapene.

Nettselskapene synes det er svært positivt at Regjeringen vil legge fram en stortingsmelding om langsiktig verdiskaping fra norske naturressurser. Deres råd er at meldingen bærer bud om en nasjonal strategi for elektrifiseringen.

Endelig kan Signal tilby strøm i nord!

fv. Andreas Fjellvoll Andreassen, Morten Stein, Ole-Johnny Johansen, Stine Værang og Robin Krogh.

Som Lysekonsernets markedskanal i nord, har Signal Bredbånd tatt initiativ til å være pilot for å selge strøm bundlet sammen med Altibox-tjenester. Resultatet så langt er ett produkt til privatmarkedet, og ett til bedriftsmarkedet. Også borettslag vil få tilbudet etterhvert.

TEKST: Stine Værang **FOTO:** Frida Bringsmark

– Ved å ta inn flere produkter fra Lysekonsernets portefølje vil vi øke konkurransekraften og bli en mer attraktiv leverandør.

Ole-Johnny Johansen

I november 2018 startet arbeidet med å utvikle et nytt strømprodukt:
- Vi ser at det blir viktigere og viktigere for oss å differensiere Signals produktportefølje fra konkurrentene. Ved å ta inn flere produkter fra Lysekonsernets portefølje vil vi øke konkurransekraften og bli en mer attraktiv leverandør, sier Ole-Johnny Johansen, adm. dir. Signal.

Ut fra de undersøkelsene som er gjort for Altibox, ser vi at de mest fornøyde kundene er de som har flere produkter fra oss.

- Ved å tilby hver enkelt kunde merverdi i form av flere produkter får vi etablert en enda sterkere binding til kunden og kan fungere som anti-churn-tiltak på Altibox-produktene, sier Johansen.

Spennende å lære om en helt ny bransje
Som telekom-selskap har Signal måttet sette seg inn i en ny bransje, som de ikke hadde erfaring med tidligere, og læringskurven har vært bratt:

- Vi var veldig spent på hvordan strømproduktet ville bli mottatt i vårt marked. Det har vært spennende å lære om strømbransjen, i tillegg til at vi har fått god erfaring med produktutviklingsprosessen. Strømbransjen er preget av høyt konkurransenivå, og det første vi merket oss med dette markedet var at det var svært uoversiktlig - noe vi kan anta at strømkundene også opplever, sier Stine Værang, markedssjef i Signal.

- Derfor valgte vi å gå for en strategi i markedskommunikasjonen hvor vi ønsker å spille på åpenhet og troverdighet, «ingen skjulte påslag», i tillegg til fordelen kunden får ved å være både strøm- og internettkunde av oss. Vi ønsker å gjøre det enkelt og oversiktlig å være strømkunde, fortsetter Værang.

Godt samarbeid mellom ulike kunnskapsmiljøer og lange avstander
- Vi i Signal er veldig fornøyd med samarbeidet mellom Lyse Energisalg og Signal i prosjektet, forteller Robin Krogh, Leder Forretningsutvikling.

Med godt grunnarbeid da vi lanserte strøm for privatmarkedet, hadde prosjektgruppen forutsetningene for å kunne korte betraktelig ned på produktutviklingen for bedriftsmarkedet;

- Vi valgte å dele opp bedriftsprosjektet i to. Fase 1 ble ledet fra Lyse, mens fase 2 ble ledet fra Signal. Dette for å effektivisere arbeidet i de respektive organisasjonene og på den måten spisse prosjektarbeidet ytterligere, forteller Krogh.

Til tross for to ulike kunnskapsmiljø, gikk samarbeid og arbeidsflyt knirkefritt.

- Prosessen og samarbeidet med Lyse var meget lærerik. Det var også gøy å sette seg inn i en bransje for å finne løsninger som vi mener treffer kundene våre godt, sier Krogh.

Koronasituasjonen satt begrensninger for fysiske møter, men opplevdes ikke å være til hinder for prosjektet.

- Vi ser videre fremover og gleder oss til å bundle Altibox og Smartly produkter ytterlige for å skape et bedre totalkundeutrykk for våre privat -og bedriftskunder, sier han.

Store forventninger

I Altibox Danmark ser vi meget frem til at kunderne skal i gang med den nye tv- og strømmeboks. Forventningerne er tårnhøje og de lysende muligheder bliver nu også testet af hos kunderne forud for den endelige lancering. Såvel ung som gammel.

TEKST & FOTO: Vigga Aakjær Jacobsen

Det er meget centralt for den efterfølgende kundeoplevelse og det også bliver den positive oplevelse vi ønsker at give vores nye og eksisterende kunder med den nye tv- og strømmeboks.

Anne og Noah står med æsken i hånden og skal nu åbne og installere den nye boks for første gang. De har hørt om alle de indlysende gode muligheder de har med den, men kan de nu også få det til at fungere.

Forstår de nu hvad de skal gøre og vil opsætningen gå som vi håber kunderne forstår det?

De bliver budt velkommen ombord med et fint velkomstbrev og den flotte æske med boksen og meldingerne var da også klare fra 2 af vores testpersoner.

Anne Vibeke Bøggild 69 år udtaler;
- Jeg er altid meget nervøs, når jeg skal installere og i det hele taget håndtere noget teknisk som drejer sig om at sætte sig ind i nye ting. Og ved det bliver svært for mig, når jeg går i gang. Det var derfor med en vis respekt jeg gik i gang med installationen. Selvom jeg vidste jeg kunne få teknisk hjælp, vil jeg jo alligevel gerne klare det selv.

– Jeg er meget begejstret for at jeg blot kan tale til fjernbetjeningen og bede om det jeg gerne vil se.

Anne Vibeke Bøggild

Det gik fint med at sætte ledningerne i og fulgte vejledningerne på skærmen. Havde lidt udfordringer, da jeg skulle have min google-konto tilknyttet, da der er koder jeg skal huske, men blev faktisk positiv overrasket så meget hjælp jeg fik trin for trin, da jeg skulle i gang.

Må bare sige jeg er vild med at jeg kan følge mine favoritserier nu og er meget begejstret for at jeg blot kan tale til fjern-betjeningen og bede om det jeg gerne vil se, så jeg ikke skal klikke mig så meget rundt for at finde det jeg gerne vil se.

Jeg har en god fornemmelse af, at jeg bliver glad for produktet.

Noah Bigum 13 år udtaler; - Det var virkelig nemt og let at installere og meget intuitivt at følge instruktionerne. Der var ikke noget jeg var i tvivl om én eneste gang. Må sige jeg synes det er mega fedt med spil. Det er virkelig noget der er anderledes og sjovt.

Der var ikke helt så let, da jeg skulle downloade Viaplay, men ellers er jeg meget vildt med boksen. Den er jeg glad for at have fået, og synes specielt det, at jeg kan sætte den op med lige det jeg interesser mig for.

Kraftarkitektur

Midt i indrefileten av Ryfylke i Rogaland, der fjellene er på sitt høyeste, dalene på sitt trangeste og kraftforholdene ideelle, ligger bygda Nesflaten – og et hotell smekkfullt av historie.

TEKST: Kristin Støle Kalgraff **FOTO:** Kristin Støle Kalgraff, Lise Bjelland

Det er den tiden av året da mange pakker bilen for å dra ut for å se litt mer av landet vårt og oppleve noe nytt. Reisetipsene florerer i sosiale medier og i kampanjer på nettsider. Men for oss i Lyse-konsernet har vi mye i vår egen bakgård som er vel verdt å oppleve. For eksempel i Suldal.

3000 sauer og 150 innbyggere

– I flere titalls år har Suldal og særlig Nesflaten vært kjent som et sted dominert av kraftindustri. Norsk Hydro åpnet i 1965 kraftverket Suldal 1 og 2 og den norske arkitekten Geir Grung bidro sterkt til at både kraftstasjon, de ansattes boliger og arbeidssted fikk samme strek. Denne streken som Grung bidro til å sette på bygda med 150 innbyggere, tiltrekker hvert år mer enn 1000 arkitekter, sier daglig leder på Energihotellet Olav Lindseth.

Som mange andre kraftkommuner i Norge, ble steder der det var naturlig å bygge store kraftverk, også en plass

Den kjente norske arkitekten Geir Grung har satt sitt preg på store deler av bygda Nesflaten i Suldal. Det som før var mann-skapsmesse for ansatte i Hydro, er i dag et attraktivt hotell for turister som får oppleve norske møbel-ikoner på nært hold.

arbeiderne bosatte seg. Flere tilfeller fra mer enn 100 år tilbake viser også at man delte boliger og oppholdssteder inn etter rang, med arbeiderstrøk, maskinistbolig og de største boligene som var tiltenkt ledelsen. Drift og messebygninger ble også involvert i planen, og det som ble brukt som messe for de ansatte, der lunsj ble inntatt blant annet, er i dag velkjent som Energihotellet.

Mer enn 80 ansatte hadde tidligere sin hverdag her, og kraftverket ble i all hovedsak bygget for at Hydros aluminiumsverk på Karmøy skulle ha nok strøm. I 2007 overtok private krefter den gamle messen, endret konsept og omdøpte det til Energihotellet. I dag er det en besetning på rundt 10 årsverk som står klare for innrykkene som kommer fra både nord og sør langs riksvei 134. Hotellet er listet som ett av Norges 10 viktigste arkitektoniske bygg etter krigen.

Feng Shui, gull og norsk design

Med Suldalsvatnet, høye topper, kraftledninger og transformatorer som omgivelser, ligger Energihotellet tilbaketrukket til med utsikt over det hele. Med den kraftfulle utsikten og så mange elementer av vannkraftbransjen innendørs, er det lett å føle seg hjemme for oss som tilhører samme bransje. På hotellrommet er kleshengeren en gammel isolator og over sengen henger en kombinasjon av ulike glødelamper.

- Vi er veldig bevisst på å la de opprinnelige tankene forbli slik de var tenkt. Originale møbler, farger, kunst og belysning er derfor tilnærmet uendret. Vi vil videreføre og respektere alt det som er norskprodusert og la det komme til sin rett, forteller Olav Lindseth, som sammen med kona Gunhild Moe har drevet hotellet i snart 10 år.

Paret er kjent for sin lidenskap for arkitektur, natur og ikke minst kraftfhistorien, som de forteller med stor entusiasme.

I tillegg til Grungs arkitektur er den gjennomførte møbleringen med den norske møbeldesigneren Sven Ivar Dysthe er en av grunnene til den enorme interessen fra folk med sans for stil og estetikk. I tillegg gjør de særegne elementene seg godt som krydder i opplevelsen. Peisplaten som er pyntet med bladgull er ett av dem, og nesten som et ikon å regne.

På 31 rom, med spiseplass til 100, og med nye suiter som er klar for sommeren, gjør Energihotellet seg klar til sommerens innrykk.

energihotellet.no

Notiser

Foto: Halvard Bee/Green Mountain

Englandsfiber legges

Installasjonsprosessen av den 700 kilometer lange undersjøiske fiberkabelen som skal installeres mellom Stavanger og Newcastle, har startet. NO-UK-kabelen er et viktig infrastrukturprosjekt som utføres i samarbeid mellom Lyse, Haugaland Kraft, BKK, Green Mountain, Ryfylke IKS og Hatteland Group. Altibox Carrier vil ha det operasjonelle ansvaret for fiberkabelen som ventes klar til bruk ved utgangen av året. Med transportkapasitet på inntil 250 terrabits per sekund vil den undersjøiske fiberkabelen øke datakapasiteten mellom Norge og utlandet betydelig.

Badetassen frøs fast og overvintret i Alta

I Alta der den nordligste badetassen befinner seg, der vasses det også – bare i snø. Til langt ut i mai var det nemlig fremdeles hvitt på bakken, og badetassen som står fast i isen målte forfriskende -0,2 grader.

Vinteren kom som julekvelden på kjerringa – også i fjor, og plutselig var vannet frosset over. Derfor har badetassen overvintret i vannet. Diverse redningsaksjoner har vært vurdert, og metodene har variert mellom ishakke, isbor og til og med motorsag. Fantasien har vært enorm, men motet for å ferdes ut på isen forsvant i takt med ankomsten av to meter snø. I stedet har vi tullet oss godt inn i ullpledd foran peisen (ikke Pace'en) og fulgt med på badetassen.no der Badetassen vår har levert målinger hele vinteren gjennom.

Nå venter vi bare på den ene dagen sommeren kommer til nord – og håper det blir på en lørdag.

Omsetning på hurtiglading økte med mer enn 100 %

For årets første måneder har Lyse hatt nær 30 000 ladinger på våre stasjoner og gjennom det siste året er det investert i 11 nye lyn- og hurtigladere. I løpet av sommer- og høst 2021 blir det i tillegg etablert to nye lynladestasjoner i Rogaland, på Jæren og i Ryfylke. Ved flere sentrale steder pågår det nå forhandlinger om etablering av nye ladestasjoner. Lyse- og BKK-samarbeidet har passert 60 hurtig- og lynladere fordelt på mer enn 20 stasjoner i Rogaland og Agder. Nasjonalt er det etablert over 700 ladere.

- Det jobbes også målrettet for å gjøre våre ladere mest mulig attraktive for næringskundene. Drosjenæringen ser på Lyse som sin foretrukne hurtigladepartner, og Lyse/BKK vant nylig et anbud fra politiet hvor det skal inngås en rammeavtale hvor Politiet skal benytte hurtigladere fra Lyse/BKK, sier produktsjef hurtiglading i Lyse, Pål Tumyr.

Altibox vekstvinner

Ferske tall fra Nasjonal Kommunikasjonsmyndighet (NKOM) viser at Altibox-partnerskapet ved utgangen av 2020 hadde en markedsandel på 27,6 prosent innen fast bredbånd i Norge. Dette er en økning på to prosentpoeng siden 2019.

Ingen av konkurrentene har den samme fremgangen som Lyse-selskapet Altibox, som er Norges nest største leverandør av fast bredbånd og dermed befester posisjonen som tele-Norges viktigste utfordrer. Gjennom Altibox-partnerskapet leveres kommunikasjonstjenester til privat-kunder, bedrifter og det offentlige på egen infrastruktur i hele landet.

Viking jubler over den nye sponsoravtalen som er inngått mellom samarbeidspartnerne gjennom mer enn 25 år. Foran fra venstre daglig leder i Viking, Eirik Bjørnø, markedssjef i Viking, Kjartan Salvesen, sponsoransvarlig i Lyse, Cathrine Suttie og konserndirektør kunde og marked, Astrid Rebekka Norheim fra Lyse.

Lyse og Viking inngikk historisk avtale

Etter hvert som logoer i Lyse har blitt endret og Viking-drakter er byttet ut til fordel for nye, har samarbeidet stadig vokst seg sterkere. Denne våren ble ny avtale inngått, med vekt på likhet mellom jenter og gutter.

– Dette er et viktig bidrag til mer fotballglede, kraft og kjærlighet, sier en fornøyd markedssjef i Viking, Kjartan Salvesen. Når Lyse og Viking nettopp signerte avtale for fem år (3+2), er det en historisk avtale som er inngått. For første gang omhandler avtalen både menn, kvinner og breddelagene. Viking som klubb går foran i et viktig likestillingsarbeid, og dette har vært av stor betydning for Lyse.

- Vi har spilt hverandre gode i snart 30 år, vi har vært gjennom nedturer og oppturer. Sponsoravtalen som nå er signert for 2022-2026 er ikke bare et løfte om fortsatt godt lagspill, men også om å bidra til at bredden blir styrket, og at Viking blir en foregangsklubb for kvinnefotballen. Med denne avtalen tar vi det neste skrittet i en ny og spennende retning, sier sponsoransvarlig i Lyse, Cathrine Suttie.

Like muligheter for alle

Det mest synlige beviset på at Viking mener alvor når det gjelder kvinnefotball, er at samme drakt skal bæres av både kvinner og menn, og på sikt skal det gi like muligheter for å møte motstanderne på stadion.

– I Viking synes vi det er fantastisk å kunne fortsette samarbeidet, og vi gleder oss til gode opplevelser sammen og nye historiske øyeblikk. Lyse har betydd mye for Viking i over 25 år, sier Salvesen.

For leder av norsk toppfotball for kvinne, Hege Jørgensen, betød den nye avtalen og drakt-likheten noe spesielt.

- Jeg ble rørt, stolt og glad da jeg ble gjort oppmerksom på innholdet i sponsoravtalen som Lyse nå har inngått med Viking. Det Lyse gjør med dette samarbeidet er utrolig viktig. Det er en kjensgjerning at jenter og gutter ikke har hatt like muligheter i fotballen. Vi representerer Norges desidert største jenteidrett og derfor berører dette veldig mange. At næringslivet går i front og både begynner å omfordele ressurser og å stille krav om like muligheter, vil ha enorm stor betydning for alle jenter i fotballen. For det første sender det et sterkt signal til jentene våre om at de er like viktige. I tillegg vil det skape en reell effekt ved at ressursene nå også i større grad tilfaller utviklingsmiljøene på kvinnesiden. Det er helt avgjørende, og veldig, veldig gledelig.

Med hint av aminosyrer og jordsmonn

Finanssjefen i Lyse har ikke bare nese for store tall, han kan også lukte seg frem til både drue, type treverk på vinfatet og hvilket jordsmonn vinrankene har vokst i. Om han er ekspert? Ja, på et relativt høyt nivå faktisk.

TEKST: Kristin Støle Kalgraff

Christian Balchen på tur til Burgund og verdens mest kjente vinmark, Romanee Conti.

Christian Balchens tekster om vin er så saftige og full av smak at det er nesten som man kjenner en ørliten beruselse etter å ha lest dem. Og dette er det nå mer enn 100 personer som hver uke sitter og kjenner på. For når torsdagen kommer sjekker Christian Balchen sortimentet i lokale vinmonopol, finner noe spennende han vil presentere og setter i gang med vurdering ut fra smak, lukt, pris og sortiment. Deretter beskrives vinen i detalj, så inspirerende at flere titalls mottakere av Balchens vintips risikerer å tømme hyllene på vinmonopolet. Balchen har en skjult side, som er i ferd med å bli svært synlig for mange.

- I begynnelsen luktet jeg på alt. Snuste og luktet, hva lukter egentlig et jordbær eller en mango? Det er mer enn 12 år siden interessen begynte for alvor. Balchen og kona hadde mye god mat men manglet kunnskapen om hvilke viner som passet til. Etter en prat med bekjente ble en vinklubb bestående av fem venner dannet og smakingen kunne starte.

- Jeg gikk all in og startet nok en aldri så liten nerdeprosess.

"Vi heller vinen i glasset, og opp hopper lukter av gule og tropiske frukter, aprikos, modne gule epler og litchi, med også noen flotte florale innslag. Dette er alt ganske klassisk fra denne druen i Sør-Afrika. I munnen har den fin fylde, litt feit munnfølelse, men som balanseres fint av en veldig fin syre/friskhet. Fin frukt også i munnen, lite hint av bitterhet akkurat når jeg svelger ned og avsluttes med en lang, god ettersmak. Veldig, veldig godt!" Fra Balchens vintips 30.4 - om Mullineux Chenin Blanc 2020"

Etter to studieperioder gjennom Wine & Spirit Education Trust har Balchen tatt et såkalt "VZ – kurs" som er internasjonalt anerkjent, også for vinimportører. Der er det ulike nivå, vinteori og smaking og etter endt kurs og eksamener oppnår man samme nivå som en vinkelner. Uteksaminert i 2013 – men hva nå?

- Hehe, det er så uendelig mye kunnskap å finne, så nå går det internasjonale vinmagasin og bøker om kjemi og geologi som kan fortelle om jordsmonn, druetrær og værforhold i ulike distrikt.

Det ligger i sakens natur at Balchen har vært mye på tur og favorittvinene hans kommer gjerne fra druen Pinot Noir, særlig fra USA, eventuelt en god og søt vin fra Mozel i Tyskland.

Han fryder seg over at England er blitt så bra på musserende vin. Årlig har han vært på vinmesse i London, og der avlegger han gjerne et besøk til en vingård, bare en kort reise fra Victoria Station.

- Det er det kanskje mange som ikke vet, tipser han.

Da Balchen begynte i Lyse i 2020 fikk noen av kollegene snusen i vininteressen hans og oppmuntret til vintips. - Så da tenkte jeg at det kunne være kjekt. De første tipsene var nokså korte, men etter hvert ble de langt lengre. Jeg har bestemt meg for at jeg vil by på litt læring, i tillegg til et godt smakstips.

I etterkant av et halvt år med vintips kan finanssjefen konstatere økt kunnskap blant flere, tomme hyller på enkelte av de anmeldte vinen, glede over å dele kunnskap og en lang rekke positive tilbakemeldinger.

Kanskje det neste blir en liten studietur til vinkjelleren hans? Er du interessert i å motta vintips? Send mail til christian.balchen@lyse.no

Tips:
Åpner du en flaske vin som enten er korket eller ikke svarer til forventningen? Mange glemmer at man har 5 års garanti – også uten kvittering. Dersom feil på vinen får du pengene igjen.

KLIMANØYTRAL DISTRIBUSJON
Levert av Posten
NORGE P. P.
posten

Retur:
Lyse AS
Postboks 8124
4069 Stavanger

FORSKNINGS-PROSJEKT MED UIS

Foto: UiS

Lyse ønsker tett samarbeid med universitet og andre læresteder for å sikre kompetanse, læring og utvikling.

TEKST: Kristin Støle Kalgraff

Lyse deltar nå i et forskningsprosjekt med UiS om samhandling mellom medrabeidere og lederrollen. Nærmere halvparten av alle ansatte i Lysekonsernet har samhandlet om innspill til Fremtidens Lyse. Det gir både forskningsgrunnlag og verdifull innsikt i Lysemedarbeideres vyer for konsernet.

En liten gruppe i konsernet har allerede begynt gjennomgangen av innspillene som er mottatt anonymisert fra UiS. Disse ideene blir evaluert og vurdert ut fra hvilke innspill som skal være med og spille en rolle for Lyse på kort og lang sikt, i arbeidet med fremtidens Lyse frem mot 2030. I tillegg skal forskningen handle om hvordan medarbeidere samhandler og påvirker hverandre og hva som er lederens rolle.

- Vi har fått mange positive tilbakemeldinger fra flere som var med, at diskusjonene som oppstod ble spennende og at det var kjekt å møte nye kollegaer på tvers av selskapene i konsernet, sier prosjektleder i HR, Elisabeth Kåsen.

"Fremtidens Lyse" er et prosjekt med to hensikter; Ved å gjennomføre omfattende spørreundersøkelser og samtaler får vi innspill til hvordan Lyse kan og bør se ut frem mot 2030, dette er en del av strategi 2030, samtidig vil forskere fra Universitetet i Stavanger forske på Lyses ansatte.

Mari Rege, økonomiprofessor ved UiS, som leder forskningen, finner studiet av Lyse veldig interessant.

– Det finnes veldig mange studier av gruppearbeid i såkalte laboratorieeksperiment. Da rekrutteres deltakere til å delta og får betalt for dette. Ofte brukes universitetsstudenter. Det unike med denne studien er at vi får studere gruppearbeid på en ekte arbeidsplass, mens deltakerne jobber på en reell oppgave som er viktig for organisasjonen. Det er vanskelig å få til fordi det krever tett dialog og samarbeid med en stor organisasjon. Vi er veldig takknemlig for at vi har fått til dette samarbeidet med Lyse, og gleder oss til å formidle resultatene til dere.

UiS forbereder nå den siste undersøkelsen som sendes ut til deltakerne i juni. UiS skal evaluere dataene i løpet av sommeren og dele resultatene med oss i høst.