

Nittedal Rotaryklubb

Program og Kommunikasjonskomitéen



Månedsbrev September 2020

Presidentens hjørne



Kjære Rotaryvenner,,

September er over, og vi har rukket å nyte både dager med høye høsttemperaturer og vakre farger her i Nittedal.

Det ble en kort periode med tre fysiske møter i september, før vi fulgte smittevernradene for Oslo og reduserte møteaktiviteten og var tilbake på Teams igjen. Vi rakk å hilse på hverandre, mange av oss, og vi fikk snakket sammen for første gang på flere uker. Det var veldig hyggelig. Bildet av John som balanserte et flott kakestykke og hadde med kaffe på termos på vårt første møte på Solli i høst er en god illustrasjon på hva det betyr å få møtes «på ordentlig».

Vi har også deltatt på Distriktskonferansen på Kolbotn i september, med en stor kontingent fra Nittedal Rotaryklubb: Elisabeth Ng Langdal, Kadri Sæthre, Elisabeth Laake, Astrid Peyman, Heidi Lyngstad, Øivind Bråten med utvekslingsstudentene våre Ingrid Lyngstad og Anne Marie Botterud, og president Marit. Flotte innlegg på konferansen viste spennet i Rotarys virksomhet – fra fredsarbeid og internasjonal virksomhet til klubb- og medlemsutvikling. Det var moro å entre scenen sammen med PP Elisabeth og fortelle om hva vi har fått til i Nittedal etter Club Visioning høsten 2017.

Med litt mørkere kvelder fremover så kan vi nå kose oss med ringerunden som Kameratskapskomiteen har oppfordret til. Det blir spennende å bli bedre kjent!

Jeg ønsker dere alle en fortsatt fin høst, og gleder meg til å se flere igjen «på ordentlig».

Hilsen Marit

Video-klubbmøte 3. september

Håvar Vindorum: Amedia - et moderne mediehus



Amedia er Norges største utgiver av lokale medier. Ved utgangen av 2019 eide konsernet 77 lokale abonnementsaviser, det digitale riksmidiet Mediehuset Nettavisen samt 20 prosent av det svenske lokalaviskonsernet MittMedia. Konsernet driver i tillegg trykkeri- og distribusjonsvirksomhet i Norge og trykkerivirksomhet i Russland. Fellesfunksjoner som IT, utvikling og analyse, forbrukermarked, ID og data, annonseproduksjon, kundesenter og regnskapstjenester er samlet i sentrale enheter som understøtter driften av de øvrige forretningsområdene. I april 2020 kjøpte Amedia 49 prosent av det svenske lokalaviskonsernet Hall Media AB

Amedias formål er å eie og utvikle medieselskaper og lignende virksomheter. Amedia har journalistikken som forretningsidé, og konsernet formidler hver uke relevant og godt redaksjonelt innhold til 2,3 millioner nordmenn. Antall abonnenter vokser jevnt og bekrefter etterspørselen i markedet etter god journalistikk. Det ble ikke minst tydelig i etterkant av covid-19-utbruddet i mars 2020 hvor informasjonsbehovet har vært massivt og mediehusene har hatt en viktig funksjon. Samtidig legger et stort antall lesere grunnlaget for å lykkes i et annonsemarked preget av strukturendringer og sterk konkurranse.

I 2019 økte antall abonnementsaviser i Amedia fra 64 til 78. Amedias utgivererklæring forplikter avisene til å forsvare ytringsfriheten, pressefriheten, informasjonsfriheten og det åpne samfunn, til å fremme demokratiet, samfunnsengasjementet og rettssikkerheten, og garanterer for at konsernets publikasjoner har full redaksjonell frihet og selvstendighet. Amedias gode økonomiske resultater i 2019 sikrer konsernets mediehus et godt fundament for fortsatt utvikling.

Amedia har 1.9 mill. daglige lesere ~ 612 000 abonnenter ; 77 lokalaviser og 1 riksavis, 7 trykkerier i Norge og 6 trykkerier i Russland og 11 distribusjonsselskaper. Antall ansatte: 2,000 (Norge: 1,600 / Russland: 400)

Amedia har salgsansvaret for alle nasjonale annonsekunder, herunder håndtering av programmatisk annonsesalg. De selger også annonser for 37 samarbeidende aviser (samkjøringer). Amedias trykkerier leverer trykktjenester til interne aviser i tillegg eksterne aviser og annonsører. Amedias 11 distribusjonsselskaper leverer tjenester til egne og eksterne aviser.

aID er en løsning for identitetsstyring levert av aMedia. Løsningen er tatt i bruk av en rekke mediebedrifter, og flere kommer stadig til. aID fungerer som et nav i kommersialisering og forretningsutvikling • Unik kjennskap til brukerne og deres preferanser • Tilrettelegger for målrettet redaksjonell utvikling • Bidrar til økt engasjement og abonnementssalg • Muliggjør målgruppe-segmentering og effektdokumentasjon for annonseproduktene • Kritisk for å konkurrere med de store internasjonale aktørene både redaksjonelt og i annonsemarkedet

A-pressen kjøpte Edda Media i 2011 for 1.7 milliarder Sparebankstiftelsen kjøpte Amedia for 395 mill i 2016 (verdsatt 1.4 milliarder) Blakke og forgjeldede - LO og Telenor glad for å slippe forpliktelsene. Sparebankstiftelsens direktør Andre Støylen sier at man ikke driver med medier, men at «lokalavisene er viktig for alt stiftelsen ellers støtter».

Amedia ble kjøpt av Sparebankstiftelsen DNB i 2015, som overførte eierskapet til Amediastiftelsen (gjennom Avishuset Norge AS av oppkjøpstekniske grunner) • Amediastiftelsen er en selveid stiftelse, hvis formål er å eie Amedia • Overskuddet i Amedia reinvesteres i videreutvikling av konsernet • Samtidig drives Amedia fullt ut på kommersielle betingelser. Tre grunner til at sparebankstiftelsen kjøpte Amedia: Lokalavisene er en viktig arena for lokalsamfunnet. Stiftelsen tror på en fremtid for den lokale journalistikken og Amedias digitale strategi. Lettere for et selveiende konsern, uten kommersielle interesser, å finne nye inntektskilder til å finansiere journalistisk innhold.

Amedia produserer 6 dager i uken og opptil 27 dagsaviser pr dag, hvorav 17 er interne og 10 er eksterne. Avisene produseres i hovedsak på ettermiddag og kveld/natt fordelt på 3 parallelle produksjonslinjer. Kunde- og reklameaviser produseres på dagtid. Eksterne inntekter bidrar med ca 100 millioner kr pr år, som gir lavere kostnader for egne aviser.

En generell kommentar fra salen når det gjelder mediernes markedsføring var at mange lesere føler at de blir bombardert med selektiv markedsføring basert på systematisk overvåking av egen mediekontakt og systematisering av innhentede data. Dette stjeler mye tid og kan oppleves som krenkende. På spørsmål om man kunne håpe på en viss begrensning, bl a..for ikke å skremme bort irriterte lesere, svarte Håvar at denne utviklingen neppe lot seg reversere da det ligger så mye penger i annonsemarkedet.

Ref. Jarle

Video-klubbmøte 10. september

Stein Nilsen, adm. dir. Widerøe: utfordringer for kortbanenettet



Widerøe er et datterselskap av **Torghatten** som har

44 fly

1570 busser

62 ferger

21 hurtigbåter

70 mill. reisende pr. år

Ca 7000 ansatte



Widerøe er Norges eldste flyselskap. Det har mer enn 420 daglige avganger Hvert andre minutt letter eller lander et Widerøe-fly Dette er distriktenes kollektivtrafikk. •

Milepæler i selskapets historie

- Grunnlagt i 1934
- Overtok Norsk Air i 1989, fusjon i 1996
- SAS ble hovedaksjonær i 1998
- Første Q400-fly levert i 2001
- Heleid av SAS-konsernet fra 2002
- Ekspansjon på internasjonale ruter fra 2003 • SAS selger 80% av selskapet til Widerøe Holding AS i 2013
- Selskapet tar over ca 1400 medarbeider fra SAS Ground Handling
- SAS selger resterende 20 % av selskapet i 2016
- Selskapet omstruktureres fra et aksjeselskap til et konsern med 7 aksjeselskaper

Antall ansatte har vokst fra 1350 til 3000 på 5 år.
Hovedkontor: Bodø
Avdelingskontor: Oslo
Baser: Bodø, Tromsø, Sandefjord, Gardermoen og Bergen
Aktivitet på 43 flyplasser i Norge og 10 i utlandet

Widerøe's Flyveselskap hadde før korona utfordringer med lønnsomheten. I 2020 antas passasjerinntektene å svikte med over 1 MRD. Omfattende kostnadstiltak er iverksatt men underskuddet for 2020 kan bli opp mot 250 MNOK. Selskapet må ta opp lån for å komme igjennom krisen.

Widerøe har måttet foreta en gradvis nedbygging av flytibudet, tilbudet. I 2015 startet de fiskale avgiftssjokkene: I 2016/18 ble moms på flyreiser økt fra 8% til 12%. I 2016 ble flypassasjeravgiften innført. I 2015/16 økte Co2 avgiften med 93% mot 2014 • Økningen i disse avgiftene har vært formidable de siste 5 årene. Mange ruter ble ulønnsomme, og derfor er antall avganger på kortbanenettet redusert med 12.3% i perioden 2016-2019

Prosjekt Zero går ut på å starte elektrifiseringen av kortbaneflåten innen 2030 og sikre selskapets posisjon som anbudsleverandør i Skandinavia og posisjonere Widerøe som et av Europas grønneste flyselskap

Det er flere grunner til at Widerøe arbeider med ny teknologi på kortbanenettet

- Ny teknologi kan gi muligheter for nye flyruter og høyere frekvens og øke mobiliteten i distriktene
- Ny teknologi kan gi nye kostnadmessige forutsetninger – Lavere driftskostnader – Lavere priser i markedet – Bortfall av tunge miljøavgifter
- Det er viktig å skape en ny og mer bærekraftig posisjon for Widerøe
- Kundene vil i økende grad foreta klimasensitive valg

Widerøe satser sterkt på vedlikehold. 16 fly har fått forlenget levetiden fra 80 000 til 120 000 landinger. Ytterligere 4 er planlagt 2020-2023. 10 år lenger levetid på Widerøes rutenett
Investeringsprogram på 3-400 Millioner kroner Utskiftingsprogram for alle motorer 2013-2017.

På kortbanenettet er 74% av alle flyvninger kortere enn 300 km. Fremtiden er elektrisk / hybridelektrisk-

- Ingen lokale utslipp
- Korte rullebaner
- Mindre støy
- Lavere miljøavgifter
- Lavere driftskostnader

Luftfart er skal ikke være en del av problemet, men en viktig del av løsningen på dagens klimautfordringer. Foredragsholderen presenterte en meget proaktiv og entusiastisk holdning til kortbanenettets konkurransevne i tiden fremover.

Klubbmøte i Flammen 17. september

Mariann Torsvik: Tre år etter åpning – hvordan går det egentlig med Flammen?



Dette møtet ble utsatt i vår. Det var hyggelig å bli invitert til Flammen og kunne møtes fysisk i tillegg til at man også kunne følge med på Teams.

En entusiastisk foredragsholder åpnet med å gi oss noen NØKKELTALL:

- Bruttoareal på 3.849 kvadratmeter
- Tegnet av L2 Arkitekter
- Byggestart april 2015, ferdig 30. januar 2017
- Åpnet 11. mars 2017
- Total kostnadsramm : 147 millioner kroner
- Eies og drives av Nittedal kommune Husets innhold
- Kulturhusdel med to kultursaler, scenelager, garderober, foajeer og utleiekjøkken
- Bibliotek
- Kulturskole Ansatte i kulturhusdelen
- Faste årsverk: 3,5
- I tillegg kommer ekstravakter rundt arrangementer, samt frivillige kulturverter.

Deretter presenterte hun VISJONEN for Kulturverket Flammen

- Å skape en inkluderende møteplass.
- Å tilby kulturformidling med kvalitet og bredde, med hovedvekt på utvikling av lokale utøvere

Fra visjonsdokumentet til Flammen: «Målsetningen er minimum 150 forestillinger årlig.»

2017 170 publikumsarrangementer 95 billetterte 16.841 solgte billetter Ca 45.000 besøkende
2018 199 publikumsarrangementer 127 billetterte 19.479 solgte billetter Ca 50.000 besøkende
2019 205 publikumsarrangementer 130 billetterte 20.097 solgte billetter Ca 54.000 besøkende

Kulturhuset i Nittedal har vært omstridt, men mye av kritikken har stilnet etter at huset ble realisert og fylt med innhold. Kulturverket Flammen betyr mye for mange. Både unge og eldre.

Hun dvelte så ved suksesskriterier

- En god start
- Eierforhold og forankring
- Programbredde
- God miks i huset
- Profesjonalitet
- Godt rykte

Noen utfordringer

- Savnet etter et spisested
- Begrenset areal
- Når ikke unge voksne

Tilhørerne ga uttrykk for stor anerkjennelse og takknemlighet for bygdas storslagne kultursenter og godt og variert programinnhold.

Ref. Jarle

Video-klubbmøte 24 . september

Christian Werner-Erichsen: Egoforedrag

Christian har vokst opp i Nittedal, og har bodd på Kjøl, Skytta og Holum skog. Han bor på Skyttamyra sør i Nittedal. Christian og kona Elisabeth har to barn, en datter som er nylig konfirmert og en sønn som snart er 13 år.

Christian liker godt å ta seg en skitur i marka, eller å slappe av med campingvogn i Trysil. I tillegg har de et småbruk på Sørlandet - med brygge, og hvor det hogges ved og skjæres tømmer fra egen skog.

Christian jobber som bedriftsrådgiver i Nordea og er den som sier ja eller nei til lån osv. for bedrifter.

Corona

Den siste tiden har det vært mye fokus på Covid-19, og bankenes rolle i å holde samfunnet i gang. Det har blitt gitt egne ordninger med statsgaranti i 3 år.

For å få lån må bedriftene kunne vise til positiv egenkapital og hatt positive tall/resultater før covid19. Det må videre dokumenteres at bortfall av inntekt og behov for likviditet er relatert til covid19. Til syvende og sist må bedriften være vurdert av banken som levedyktig. En ting som raskt ble innført var også avdragsutsettelse i inntil 6 måneder.

Hva skjer fremover?

Enkelte utsatte bransjer har behov for mer støtte og behov for mellomfinansiering, spesielt reiseliv og kultur er hardt rammet og er vurdert til å innebære økt risiko. Spørsmålet fremover er om banken vil gi lån? Eller om det må komme statsgarantier tilpasset bransjer som vurderes med en viss risiko. Bankene vet at bruk av statsgaranti vil bli underlagt etterkontroll, og at det senere vil bli gjort vurderinger av de lån bankene har gitt. Det er derfor viktig å være ryddige og etterprøvbare ved utstedelse av disse "kriselånene". Det er i urolige tider økt svindel og misbruk av støtteordninger. Så det er krevende å balansere kontroll og det å faktisk støtte de som trenger det. Uansett koker det ned til at man må basere tiltak på tillit.

Hvitvasking

Christian snakket videre om hvitvasking og hvilke krav som gjelder og rapportering av mistenkelige transaksjoner. Spesielt krevende er dette når kunden ikke vet hvem som gjør transaksjonene. Bankene er pålagt å ta enda mer ansvar for å avdekke og rapportere mistenkelige transaksjoner.

Det er mye arbeids som ligger bak for å oppfylle KYC (know your customer), MIFID (Markets in Financial Instruments Directive) GDPR (General Data Protection Regulation). Dette er mye jobb å ta i mot nye kunder. Det er "enklere" for privatkunder, men for bedriftsmarkedet er det krevende å vite tilstrekkelig om egentlige eiere, eierstrukturer pengeflyt osv. Ved nye kunder gjøres det en omfattende jobb før de får bli kunder. Det er opprettet systemer som følger transaksjoner - som sporer og varsler ved mange høye eller like beløp, gjerne til "uvante" land. Da kommer det "røde flagg", og det varsles om mistenkelige transaksjoner.

Om det kontantløse samfunn, kommer gjerne en diskusjon mht hvitvasking. Kontanter kan som kjent brukes til hvitvasking. Daglig rapporterer bankene mange mange transaksjoner, men melder får ikke noen tilbakemelding på om det følges opp, eller hvordan det følges opp.

Ikke bli lurt

En oppfordring til slutt - ikke vær naiv. Pass på så dere ikke blir svindlet. Det er i hovedsak tre typer svindel man ser mye av for tiden. Det er:

Phishing, som er svindel på epost
Smishing, som er svindel på sms
Vishing, som er svindel pr telefon

Også bankene utsettes for svindelforsøk, mange ringer for eksempel for å få overført penger. Det er derfor innført strenge rutiner for verifisering og bekreftelse av at slike forespørsler er korrekte før det gjennomføres noen transaksjoner.

Ref. Håvar

Redaktør Jarle