

DENNE UKE: FINNMARK

er oppe, eller så måtte vi sette oppgaven bort til andre.

Ishavskraft-direktør Bjarne Sætrum.

Ishavskraft har doblet omsetninga de siste tre årene på kjøp og salg av grønn kraft. Nå vil de vokse mer.

ALTA (Nordlys): De har ingen montører og ingen kabeltromler. Det finnes heller ingen stolpesko eller gjørmete gravemaskiner i lokalene omtrent midt på torget i Alta sentrum. Ishavskraft tjener penger på å kjøpe inn kraft og selge den videre til privatkunder og næringslivskunder.

– Jeg kan ikke gå i stolpesko engang, flirer direktør Bjarne Sætrum, som overtok direktørstolen i 2002.

Tøff konkurranse

Ishavskraft ble etablert med seks ansatte fem år tidligere av de lokale kraftlagene Nord-Troms Kraftlag, Alta Kraftlag, Hammerfest Energi, Repvåg Kraftlag og Luostejok Kraftlag. Hensikten var å få samlet kompetanse på kjøp og salg av energi.

– Enten måtte vi etablere et eget selskap her oppe, eller så måtte vi sette oppgaven bort til andre. Men vi ønsket å gjøre det selv, sier Sætrum, som kom fra Alta Kraftlag.

Etter at kraftmarkedet har åpnet seg opp og stadig flere aktører har kommet på banen, har konkurransen om kundene hardnet til. Det har ført til at marginene stadig har blitt lavere, men har ikke skremt Ishavskraft fra å tafse de store energiselskapene i Norge i skjortekanten. Nylig vant selskapet et anbud foran nesen på Troms Kraft, og har tidligere vunnet kontrakter i konkurranse med blant andre Hafslund Energi.

Ingen kugutter

I 2002 ble det etablert et «distriktskontor» i hovedstaden som i dag er oppe i åtte ansatte. Der jobbes det opp mot næringsmarkedet, og på kundelista står blant annet Choice-kjeden til finanskjendis Petter Stordalen.

– For å vinne kampen om kundene satser vi på to ting: Kvalitet og tillit, sier markedsdirektør Trond Båtnes til Nordlys.

” Cowboyer får ikke sette sin fot her – man må ha kulturen til Ishavskraft i ryggen.

Markedsdirektør Trond Båtnes.

Satser med

FULL

KRAFT



FØLGER MED: Det er rundt handelsbordet noe av det mest essensielle foregår i selskapet. Her har Morten Hammari (t.h.) full kontroll på kraftbørser, værvarslere og internasjonale konjunkturer. – På kort sikt ser vi mest på værvarselet, mens vi på lengre avtaler følger med mange flere drivere, forklarer han.

Han jobber selv det meste av tiden i Oslo.

– Vi har en klar strategi på å finne de riktige folkene, noe vi har lyktes med. Vi har bygd opp en kompetanse som mange andre ikke kan vise til. Cowboyer får ikke sette sin fot her – man må ha kulturen til Ishavskraft i ryggen, sier Båtnes.

Oslo-kontoret er viktig i selskapets planer om ekspansjon og stadig kapring av markedsandeler.

– Vi ser hele tiden på hva som er vekstmarkedene. Det er viktig å ikke favne over alt. Mens man vokser må man velge de riktige segmentene – ofte tenker vi «ok, dette ser spennende ut, men vi må vente litt», påpeker Sætrum.

Kjøper grønt

Ishavskraft var blant de første kraftselskapene i landet som bevisst satsset på å markedsføre salg av fornybar energi til sine kunder.

– Det koster å gå først ut med sånt, men vet man hvor man skal gjør det ikke noe, sier Sætrum, som tilskriver den

internasjonale handelen med strøm en del av æren for miljøprofilvalget.

– Når man konkurrerer internasjonalt fanger man opp internasjonale trender raskere enn man ellers ville gjort. Folk begynte å stille krav til oss som tilbydere.

– Hvordan overbeviser dere kundene om at energien de får faktisk er fornybar?

– Det er litt som å ta ut penger i minibanken; man må distansere seg fra hvor de fysiske sedlene har vært før. Det er ikke hvor elektronene kommer fra som teller, men hvor pengene havner. Vi kjøper kraft som produseres miljøvennlig, forklarer Sætrum.

Ishavskraft forventer en nedgang i resultatet i år, først og fremst på grunn av investeringer i Oslo-kontoret.

ISHAVSKRAFT AS

	2006	2005	2004
Omsetning	524	305	255
Driftsresultat	24	12	7
Resultat før skatt	24	12	7
Egenkapital	45	40	36
Gjeld	108	49	40

Eiere (prosent):

Fortum Markets OY	(49)
Alta Kraftlag	(20)
Nord-Troms Kraftlag	(14)
Repvåg Kraftlag AL	(9)
Luostejok Kraftlag AL	(8)

Antall ansatte: 19

– Vi investerer i fortsatt vekst, og det går nok enda en stund før vi ser de store resultatene. Det koster å vokse, sier Båtnes.



ALTA

- Finnmarks største by med drøyt 18.000 innbyggere.
- Fikk bystatus i 1999
- Byen har tre hovedsentra: Bossekop, sentrum og Elvebakken.
- Kommunen består av Alta, Kviby, Kvalfjord, Hakkstabben, Kongshus, Korsfjorden, Komagfjord, Talvik og Langfjordbotn.
- Har store forekomster av skifer, noe som sammen med jordbruk og fiske tradisjonelt har vært viktige næringsveier.

Kilde: Wikipedia

I ALTA
Tekst:
Eirik Linaker Berglund
eirik.linaker.berglund@nordlys.no



I ALTA
Foto:
Ingun Mæhlum
iam@nordlys.no



I juryen:



■ Siri Bjerke,
divisjonsdirektør
Innovasjon Norge



■ Grete Kristoffersen,
direktør Næringsforeninga
i Tromsøregionen



■ Eirik Fiva,
adm. dir. i
Landsdelsutvalget



■ Tormod Harila,
adm. dir. i
Harila Toyota