

INSIDE

Kapital

Tidsskrift for næringsliv, børs og økonomisk politikk. Nr. 13 – 14. august 2014



Rederne som gikk fra sjø til eiendom – ble enda rikere

Arne og Gjert Wilhelmsen ■ Arne Blystad
Anders Wilhelmsen ■ Helge Eide Knudsen
Leif O. og Morten W. Høegh ■ Peter Smedvig
Per Sævik ■ Tom Erik Klaveness ■ Tore Odfjell

- Toppled i trusseldrama
- Norske studenter ikke sultne nok



Gro Harlem Brundtland

Kapital tester
**BERTRANDS
HELVETESUKE**

1.3
INTERPRES NORGE
9 770332542097
RETURUKE 35
PRIS 89 KRONER

Misbrukt i slankenettverket Herbalife



Ung gründer med skyhøye ambisjoner:

Vil endre verden med handel

23 år gamle Snorre Paulsen er gründeren som nekter å selge deg noe du allerede har fra før. Med sin nye nettbutikk for bærekraftig forbruk, Velg Bedre, vil han gjøre det bedre å være forbruker – og samtidig tjene penger på å gjøre verden bedre.

LETT Å FINNE VARER: Snorre Paulsen og medgründer Viktori Holmberg har allerede mer enn 1.000 varer de ønsker å selge klare på blokka.

FOTO: WIL LEE WRIGHT

- Vi tror på penger, vi tror på valgfrihet, og vi tror vi kommer til å lykkes. Vi ønsker å gi folk bedre valgfrihet og gjøre en positiv forskjell for flere enn de som kjøper produktet, sier en visjonær Snorre Paulsen.

I sommer åpnet 23-åringen fra Narvik og resten av giengen bak prosjektet Velg Bedre nettbutikken Velg Bedre, med visjon om å selge bedre produkter enn markedets standard – og være bærekraftige. I tillegg har Velg Bedre i disse dager en egen popup-butikk, showroom og cafe i Trondheim sentrum, med samme navn og visjon.

– Da jeg var i Tyskland for et par år siden, hørte jeg et sitat av forfatteren Anna Lappé som virkelig fikk meg til å tenke: "Hver gang du bruker penger, gir du en stemme til den verden du ønsker å leve i". Det er mye sannhet i det sitatet, og det gav meg et kick – et ønske om å starte noe og få til noe, sier Paulsen.

- Fuck it! Nå prøver jeg!

Det er noe på gang. En ny generasjon med unge gründere som ønsker å gjøre en forskjell er på vei i full fart. Det mener Paulsen etter å ha bodd i Trondheim og vært tilknyttet NTNUsiden siden 2012. – Jeg må innrømme at jeg var litt skuffet da jeg først kom til byen, sier han.

Han vokste opp i Narvik med politisk påvirkning fra borgerlig side og en mor som var sterkt engasjert i grønn politikk. Etter å ha fullført videregående skole sto Paulsen med to store interesser, snowboard og data, men var usikker på hvor veien videre skulle gå. En vag plan om å

bruke et år på å jobbe og reise falt i dårlig jord hos en ambisiøs morfar, som tok affære og oppfordret barnebarnet til å søke på et europeisk utvekslingsprogram for unge mennesker. Utvekslingsprogrammet ga Paulsen en kultur- og kommunikasjonsjobb i Tyskland.

- Jeg må innrømme at jeg var litt skuffet da jeg først kom til Trondheim.

Snorre Paulsen

Som aktiv snowboarder har han reist Europa rundt, og blitt kjent med et miljø som av mange oppleves som bakstrevsk og alternativt, men som ga ham et nytt syn på verden. – Det tyske alternativmiljøet er et inspirerende miljø som står for mye godt, og jeg følte at det tyske samfunnet generelt lå foran oss her i Norge. Jeg møtte veldig rasjonelle og kvalitetsbeviste folk – en retning jeg tror også nordmenn er på vei i, sier 23-åringen.

Han forteller om en tilværelse i Tyskland med god balanse mellom naturliv og entreprenørskapskultur, der han fikk innpass i et lokalt brettsportmiljø som til hans overraskelse også var preget av et sterkt samfunnsgangsjement.

– Den teknologiske utviklingen gir oss stadig større muligheter til å nå ut til folk, og til å tjene penger på å gjøre verden bedre. Da jeg kom tilbake til

Norge, tenkte jeg "Fuck it! Nå prøver jeg!" forteller narvingen engasjert.

Og det var derfor turen gikk til Trondheim og

NTNU, et av landets mest spennende gründermiljøer. Men så var det dette med et skuffende møte med byen ... Det har heldigvis forandret seg. – Jeg merker at det har skjedd en endring. Det prates utrolig mye om entreprenørskap blant studentene, og mange ideer dukker opp, så watch out! sier han.

15 millioner par sko

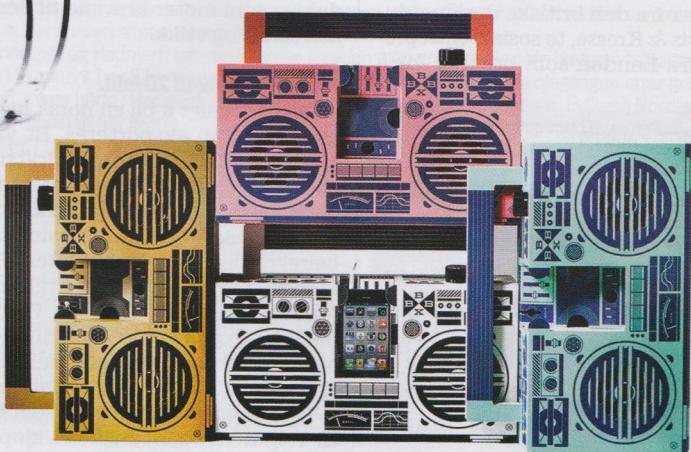
– Blant mine store forbilder er Blake Mycoskie, mannen bak skomerket Toms. Det han har gjort er utrolig inspirerende, sier Paulsen. Tøyskoene fra Toms er populære verden over – også i Norge – og forretningsmodellen er bygget opp på at for hvert par solgte sko, doneres et par sko til trenende barn. Siden oppstarten i 2006 har Toms solgt 15 millioner par med sko, og *Financial Times* verdsetter bedriften til 3,5 milliarder kroner.

Verden over popper nå gründere og selskaper opp med et ønske om å gjøre noe mer enn bare å tjene penger. Blant dem er det indiske merket Haute Gali, som i løpet av det siste året har blitt omtalt i magasiner som *Vogue*, *Marie Claire*, *Elle* og *Financial Times' How to Spend It*. Under fanen "etisk luksus" gjør selskapet i dag stor suksess med å formidle varer fra den tredje verden til verdensmarkedet gjennom sin nettbutikk.

Her hjemme har Kapital tidligere omtalt siviløkonom Merete Henriksens klesmerke Ullungene og hennes samarbeid med revisjonsselskapet PWC, der samtlige PWC-ansatte i fjor fikk et håndstrikket pledd fra Peru i julegave. Henriksen har nå fått sitt konsept over til voksenverden med merket Heartmade by Henriksen. Visjonen er fortsatt å gjøre det lille ekstra for tren-



KONSUM SOM POSITIV DRIVKRAFT: Ryggsekk som bidrar til utdanning, hengekøye som gir bistandshjelp, hodetelefoner som hjelper andre å høre, solbriller av resirkulerte skateboards og kaffe brent med rettferdighet, er noen av produktene som kan kjøpes via nettbutikken Velg Bedre.



gende kvinner i Peru gjennom å gi dem arbeid.

Brannslange ble lommebok

Det er i dag åtte stykker som har aktivt ansvar i Velg Bedre, i tillegg til mange støttespillere som bistår der de kan. – Sparringpartnere, rådgivere og andre som heier på oss gir en trygghet og selvtillit til å satse, sier gründeren.

Teamet er stort sett sammensatt av NTNUs-studenter med vidt forskjellige studieretninger. Studieerfaring og interesser avgjør hvilken rolle de spiller i bedriften. Bio- og samfunnsteknologene vurderer produktene når det gjelder kvalitet, bærekraftighet og sosiale merverdier, ind.øk'erne tar seg av det økonomiske mens språk- og videoproduksjonsstudentene står for kommunikasjonen. – Yngstemann på laget er en kommende marin teknolog med en smittsom appetitt på å stimulere og påvirke forbrukere i riktig retning. Det er svært viktig for oss å gå inn i markedet som en ny aktør som tar med seg noe godt fra to verdener, og mange av diskusjonene på kontoret preges av hvor denne balansen ligger. Her har yngstemann med seg øyne som ser verden med et positivt blikk, uten at jeg vil kalte det naivt. Felles for oss alle er at vi er sosiale entreprenører og stolte av det. Vi ønsker å drive business som kan inspirere og endre, sier Paulsen.

Pr. i dag er utvalget i nettbutikken forholdsvis beskjedent, men spenner fra hengekoyer vedv av håndverkere fra tidligere marginaliserte fjellstammer i Thailand til en mobil docking-høyttaler av gjenvinnbar papp inspirert av 1980-tallets ghetto blaster. En av gründernes personlige favoritter er en eksklusiv lommebok produsert av gamle brannslanger, føret med silke fra gamle militærfallskjermer. – Lommeboken er fra den britiske designerduoen Elvis & Kresse, to sosiale entreprenører fra London som brenner for å



BUTIKK OG CAFE: På Velg Bedres popup store i Trondheim kan få gjestene servert bærekraftige burgere og ingefær øl. Her med en Berlin Boombox.

FOTO: WIL LEE WRIGHT

gjenvinne materialer med historie, forteller Paulsen.

Og dersom Velg Bedre virkelig får sving på sakene, har de allerede funnet mer enn 1.000 produkter de ønsker å selge. – Å finne frem til relevante produkter er egentlig en av de enklere delene av prosessen. Vi er alle nerds som bruker mye tid på internett, og finner produkter på alt fra Pinterest (et nettsamfunn for deling av bilder og video, red. anm.) til listen over Europakommisjonens støtteprosjekter, sier gründeren. – Folk på min alder er de eldste som har vokst opp i et Norge der mobiltelefoner ikke var allermannseie. Ny teknologi gir oss nye muligheter, og sånn sett er vi veldig heldige, legger han til.

Velg Bedre har allerede opprettet en blogg, der de skal ta for seg prosessen rundt å finne, vurdere og ta inn produkter som møter kravene til design, bærekraft og etikk.

Priser seg selv til 20 mill.

På sikt er målet å bli en norsk merkevare som kan eksporteres. Et viktig satsingsområde vil være bedriftsmarkedet, der etiske julegaver blir en bærebjelke. Tanken er også å kunne ta posisjon som et innkjøpsledd for bærekraftige varer for bedriftene. Men først vil årets julesalg bli avgjørende for hvor veien går videre. – Vi må få med oss de godhjertede bedriftene, og etter responsen å dømme skal det gå. Folk er veldig positive, sier gründeren.

I sommer kom det en inn i butikken til Velg Bedre som ønsket å kjøpe en

lommebok. Det fikk han ikke lov til.

– Jeg så at kunden allerede hadde en fin lommebok, og spurte ham om han egentlig behøvde en ny. Han ble paff, og hadde selvfolgtlig ikke opplevd en gründer som sa noe slikt før. Det endte opp med at han forlot butikken uten ny lommebok, etter å ha lovt å kjøpe alle julegavene hos oss i stedet, sier Paulsen.

Men det er ikke gratis å starte opp en ny bedrift. I tillegg til et godt julesalg er Paulsen også avhengig av å få med seg investorer. Målet er å reise to millioner kroner, og for det er han villig til å avgive ti prosent av bedriften.

– Du priser bedriften til 20 millioner kroner kun et par uker etter at nettbutikken åpnet. Er ikke det vel ambisiøst?

– Jeg er ung og ambisiøs, men hadde aldri satset på hellhjertet hvis jeg ikke hadde stor tro på prosjektet menneskene jeg jobber med. Kapitalen behøver ikke nødvendigvis å være økonomisk. Jeg tror vi kan gjøre det godt, men vi er nødt til å være tøffe om skal få med oss momentet som skal til for og nå et omsetningsmål på to-tre millioner i år. Mye beror på hvilke partnere vi knytter oss til etter overgangen fra profilbygging og tilstedeværelse på festivaler til en tøffere bedriftshverdag. Etter at jeg har blitt entreprenør har “vi får se” blitt mitt favorittuttrykk, og kun tiden kan vise om dette er levedyktig. Vår visjon er å skape en historie som kan inspirere, sier 23-åringen.

Snorre Paulsen

- 23-åring fra Narvik, bosatt i Trondheim.
- Gründer bak Velg Bedre, en markeds-plass for bærekraftige produkter.
- Medgründer bak Just Awesome, en nyhetsportal på nett.
- Alumnileder for Tysk-Norsk Ungdoms-forum
- Vinner av beste forretningsplan på Pangstart 2013
- Vinner av Startup Weekend Trondheim 2012