

# TEAMBUILDING PÅ ÅPENT HAV



Torgeir Sæverud Higravf

## **Tangaroa - Havets hersker**

Et eventyr i Kon-Tikis kjølvann

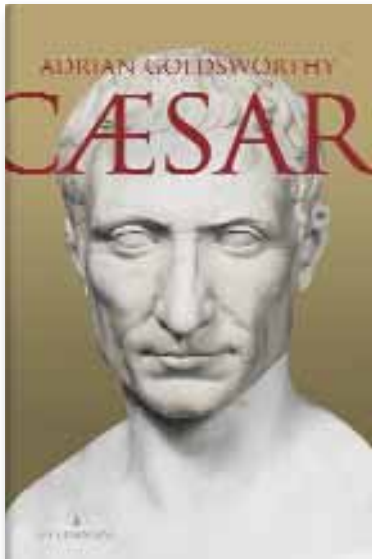
Bazar Forlag

Nå om vinteren kan det være deilig å slappe av med en drømmereise i godstolen. Så hvorfor ikke ta en tur over Stillehavet sammen med Torgeir Sæverud Higravf, Olav Heyerdahl (Thor Heyerdahls barnebarn) og deres kamerater. Og det er nettopp å reise i Kon-Tikis kjølvann vi skal.

70 dager og 70 netter i 2006 brukte balsaflåten Tangaroa på å seile de 7200 kilometrene fra Callao i Peru til Raroia. Det var på Raroia Kon-Tiki i sin tid havarete. Kon-Tiki brukte 101 døgn på reisen. Deretter seilte de brave menn Tangaroa – som betyr Havets hersker – over en av verdens farligste havstrekninger – til sagnomsuste Tahiti.

Higravfs bok handler selvsagt om det å reise, men også om det å virkeliggjøre en guttedrøm. Den handler om kameratskap – om det å bygge et team. Og den handler om det å mestre strabaser og farlige situasjoner sammen. For denne turen hadde også sitt av dramatik – som Kon-Tiki. Her er det altså litt å lære, selv om reisen går litt lenger enn til Dyna fyr!

Dette er en praktbok og den er utstyrt med flotte bilder. Den er godt skrevet, men det må være lov å gi en ekstra honnør til ekspedisjonens fotograf, Anders Berg for de flotte bildene. Det er bare å sette seg til i godstolen og la seg rive med!



Adrian Goldsworthy  
**CÆSAR**  
Gyldendal

### Romerrikets største hærfører

La det være sagt med en gang: Denne boken anbefales på det varmeste. Goldsworthys store biografi om Cæsar gir et fascinerende nærbilde av Romerrikets største hærfører. Her er makt-kamp og intriger i rikt monn. Gaius Julius Cæsar er en av verdenshistoriens markante skikkelser som vi aldri blir ferdig med.

Vi følger Cæsar gjennom hele hans liv – inntil hans voldsomme død. Vi blir med på hans krigerske korstog – og til Kleopatras sengekammer. Forfatteren evner å levendegjøre denne skikkelsen som mennesker til alle tider har vært

tiltrukket av. Denne gangen blir vi også litt klokere. Og så er dette en tidløs bok. Om du leser den nå – eller om fem år, spiller ingen rolle.



Anders Berg Olsen  
**Økonomisk kriminalitet**  
Avdekking, granskning og forebygging  
Universitetsforlaget

### Når penger frister for mye

I de senere år har vi stadig sett eksempler på økonomisk kriminalitet av betydelig omfang i Norge, både innenfor offentlig forvaltning og i næringslivet. Det å disponere betydelige pengesummer oppfattes av mange som et kriterium på suksess, og enkelte mennesker er derfor tilbøyelige til å bryte rettsregler, regnskapsregler og etiske

normer for å komme i besittelse av midler.

Som alle vet fører økonomisk kriminalitet til store skadevirkninger for samfunnet, for virksomheter og for enkeltmennesker. Beskyttelse av ressurser og verdier kan oppnås ved å bygge og bruke kompetanse for å identifisere risiko og treffe tiltak mot økonomisk kriminalitet.

Denne boken bidrar til bevisstgjøring og veiledning til styremedlemmer og ledere som i praksis møter ulike former for økonomisk kriminalitet, og mistanker om økonomisk kriminalitet.

Leseren finner her veiledning i hvordan man bør forholde seg når mistanker om misligheter og korrupsjon oppstår, og hvordan man kan gå frem for å forebygge, oppdage og granske økonomisk kriminalitet. Boken legger vekt på å synliggjøre en praktisk fremgangsmåte som sikrer betryggende håndtering av økonomisk kriminalitet, fra mistanke oppstår til granskning er gjennomført og forbedringstiltak iverksettes i virksomheten.



Rune Bjerke og Nicholas Ind  
**Organisasjonsdrevet merkebygging**  
Cappelen Akademisk Forlag

### **Merkevarer kan bygges**

Organisasjonsdrevet merkebygging er en bok med en ny og frisk innfallsvinkel til merkebygging. Forfatterne utfordrer tradisjonell tenkning i merkebyggingsfaget. De

mener at en bedrifts suksess avhenger av at alle dens ansatte deltar på en effektiv måte, og at dette gir fornøyde medarbeidere og øker kundenes tilfredshet. De viser at det å utvikle merkebyggingsevnen ikke er ansvaret til en liten elite, men at det tvert imot er hele organisasjonens ansvar.

Forfatterne beskriver svakhetene ved merkebygging som er basert på tradisjonell markedskommunikasjon, og slår fast hvor viktig det er å innfri forventningene når et merkes styrke og finansielle verdi skal utvikles. Skal en organisasjon styrke merker mer effektivt, må grensene i bedriften og grensene mellom bedriften og kundene brytes ned.

Boken går i dybden og gir leseren en ny, integrert tilnærming til hvordan man planlegger, strukturerer, utøver og måler et merkebyggingsprosjekt.

Geir Pollen  
**Langt fra stammen**

Historien om  
Norske Skog  
Gyldendal

### **Rydd plass i bokhyllen!**

Geir Pollen, som «egentlig» er skjønnlitterær forfatter, har i *Langt fra stammen* gjort en god jobb med å levendegjøre historien til den norske, megastore papirprodusenten

Norske Skog. Boken er rikt illustrert og lett å lese. Vi starter med en liten papirfabrikk i skogbygda Skogn i 1962 som het Nordenfjelske Treforedling. Og vi ender opp med en beskrivelse av dagens Norske Skog – en ledende aktør på verdensmarkedet. I dag har Norske Skog hel- og deleide fabrikker i 15 land over hele verden. Fabrikkene ligger i Norge, Frankrike, Tyskland, Nederland, Østerrike, Tsjekkia, Brasil, Chile, Australia, New Zealand, Thailand, Sør-Korea og Kina.

Ingen kunne vite at det ville bli suksess da Norges Skogeierforbund etablerte sin egen papirproduksjon. I dag er Norske Skog en av få norske bedrifter som dominerer et fullstendig globalisert marked. Det er blitt en dramatisk fortelling om papirmasse og



makt. Avsnittene om Norske Skogs ekspansive vekst i Asia er spesielt spennende lesning. Her er den generelle vekst høy i markeder der det bor mange mennesker. Derfor er det nok ikke vi her i Norge som skal sikre Norske Skogs fremtid som et stort konsern.

Det må de sørge

for i Asia. Der er også tilgangen på arbeidskraft stor, eller som en kvinnelig arbeider sier i boken: – Jeg vil heller jobbe i fabrikk enn på rismarken.

Mye har skjedd på disse årene: Skogeierne eier nå kun 13 prosent av det store konsernet, bedrifter er blitt kjøpt opp og bedrifter lagt ned. Alle husker bråket rundt nedleggelsen av Union i Skien. Det har vært lederskifter, mediaoppstyr og bedriften utfordres i dag av den digitale verden. Skal vi i fremtiden lese like mange papiraviser?