


ROLEX
 OYSTER PERPETUAL
 YACHT-MASTER 40




MICHELSEN
 ÚRSMÍÐIR
 Laugavegur 15 - 101 Reykjavík
 511 1900 - www.michelsen.is

MARKAÐURINN

Miðvikudagur 14. desember 2016

48. tölublað | 10. árgangur

FYLGIRIT FRÉTTABLAÐSINS UM VIÐSKIPTI OG FJÁRMÁL

Sextíu milljóna króna viðsnúningur

Valgeir Magnússon, framkvæmdastjóri PIPAR\TBWA, segir rekstur auglýsingastofu eitt það erfiðasta sem hægt er að fara út í. Fyrirtækið gekk í gegnum flókna sameiningu fyrir tveimur árum en sér nú fram á góðan hagnað. »4



Gefðu góða gjöf um jólin!



Oakley hjálmur, svartir, hvítir, rauðir, kr. 25.900

Oakley skíðagleraugu, margar gerðir, kr. 7.800



Optical Studio
 SMÁRALIND • LEIFSSTÖÐ • KEFLAVÍK





Sjálffkeyrandi bill sem Google hefur verið að þróa. NORDICPHOTOS/AFP

Google hættir þróun sjálffkeyrandi bíla

Tæknirísinn Google hefur hætt að þróa sinn eigin sjálffkeyrandi bíl. Þess í stað mun fyrirtækið einbeita sér að því að vinna með hefðbundnum bílaframleiðendum til að þróa slíka bíla. Frá þessu er greint á tæknifrættisíðunni The Information.

Sjálffstýringarverkefni Google, Chauffeur, er sagt vinna að því með bílaframleiðendum að þróa bíla með afmarkaða sjálffstýringu. Ekki er stefnt að því í bráð að losa bílana alveg við stýri og fetla. Nú þegar er unnið að slíkri útgáfu af bifreiðum Fiat Chrysler, en um það var tilkynnt í maí síðastliðnum.

Fram að þessu hefur Google unnið að þróun eigin sjálffkeyrandi bíls og hefur fyrirtækið prufukeyrt

slíka bíla rúmlega þrjár milljónir kílómetra. Hins vegar er sagt að forstjóranum, Larry Page, hafi fundist sú nálgun óhagkvæm. Sergey Brin, sem stofnaði Google með Page, er sagður ósammála.

Þrátt fyrir það segir í frétt Information að Google hyggist enn þróa áfram sjálffkeyrandi leigubílaþjónustu og á fyrirtækið von á því að hún verði opin neytendum fyrir árslok 2017.

Hins vegar er Google ekki eina fyrirtækið með slík áform og eru önnur fyrirtæki komin lengra á þeirri vegferð. Uber prufar nú slíka þjónustu í Pittsbúrg í Bandaríkjunum og það gerir fyrirtækið nuTonomy einnig í Singapúr og Boston. – þea

Vikan sem leið

57

dollarar

Oliuverð tók kipp á mánudag og náði Brent hráolíuverð hæstu hæðum frá júlí 2015, eða 57,89 dollurum á tunnu, en lækkaði svo fyrir lok dags í 56,55 dollara. Um var að ræða 4,1 prósent hækkingu yfir daginn. Rekja má hækkinguna til þess að á laugardaginn lofuðu olíuríki utan OPEC að draga saman framleiðslu um 558 þúsund tonn á dag.

40%

með kreditkort

Gera má því ráð fyrir að rúmlega helmingur kaupna íslenskra heimila á vöru og þjónustu hafi verið staðgreiddur á árinu 2014 samkvæmt tölum Seðlabankans. Hinn hluti kaupanna eða yfir 40 prósent var greiddur með kreditkort – sem er hærra hlutfall en hjá öllum þeim 20 Evrópulöndum sem Seðlabankinn notar til samanburðar.

MARKAÐURINN

ÚTGÁFUFLAG 365 miðlar ehf., Skaftahlíð 24, 105 Reykjavík, sími 512 5000

Netfang ritstjorn@markadurinn.is | Sími 512 5000 | Fax 512 5301

Umsjón Hafliði Helgason hafliði@365.is

Ábyrgðarmaður Kristín Þorsteinsdóttir

Netfang auglýsingadeildar auglysingar@markadurinn.is Veffang visir.is

merking
....framleiðir

....Vörur úr plexigleri

Viðarhöfða 4 www.merking.is Sími: 562-7044



Michael Porter var gestur á síðustu What Works ráðstefnu, en hann er einn þekktasti fræðimaður á sviði viðskipta í heiminum og eftirsóttur fyrirlesari um allan heim. Vonir aðstandenda ráðstefnunnar standa til þess að hún verði árlegur viðburður og mótvægi við ráðstefnuna í Davos þar sem leiðtogar í heimi viðskipta- og efnahagslífs hittast árlega. MYND/ANTON BRINK

Mótvægið við Davos í Reykjavík í vor

Ákveðið hefur verið að Reykjavík verði í annað sinn vettvangur alþjóðlegrar ráðstefnu þar sem saman koma helstu leiðtogar úr háskólum, stjórnámum og viðskiptalífi heimsins. Áherslan er á að skoða hvað stuðli að velliðan þegna ríkja. Ráðstefnan er hugsuð sem mótvægi við áherslur árlegrar ráðstefnu í Davos þar sem einblínt er á hagstærðir og efnahagsskipan.

Í apríl næstkomandi verður Reykjavík annað árið í röð vettvangur stórrar alþjóðlegrar ráðstefnu um hvaða aðferðir gefast best til að efla félagslegar framfarir. Síðastliðið vor var Harvard-prófessorinn Michael Porter aðalframsögumaður ráðstefnunnar, sem kallast What Works og fór fram í Hörpu.

Til grundvallar er mælikvarðinn um félagslegar framfarir (Social Progress Index), sem er nýleg aðferð til að mæla hagsæld þjóða. Mælikvarðinn er tekinn saman af stofnuninni Social Progress Imperative sem hefur aðsetur í Washington og London. „Við vonum svo sannarlega að þetta sé komið til að vera,“ segir Rósbjörg Jónsdóttir, framkvæmdastjóri Cognito og fulltrúi SPI á Íslandi sem hefur veg og vanda af ráð-

stefnunni hér á landi. Hún segir að á ráðstefnuna sé von á helstu leiðtogum úr háskólum, stjórnámum og viðskiptalífi heimsins á sviði samkeppnishæfni þjóða og stefnumótunar. Endanlegur listi fyrirlesara liggur ekki fyrir, en búast má við að þungavígarfólk í fræðum, stjórnámum og viðskiptum mæti á ráðstefnuna sem mun standa í þrjá daga.

What Works ráðstefnan er hugsuð sem ákveðið mótvægi við hina árlegu Davos-ráðstefnu þar sem athyglin er fyrst og fremst á hagstærðir og efnahagsskipan þjóða í stað þess að skoða hvað það er sem stuðlar að því að þegnum líði vel í heild. Rósbjörg segir þetta brennandi málefni á tímum þegar óvissa á heimsvísu fari vaxandi í stjórnámum, efnahagsmálum og samfélagsmálum. „Hugmynda-

fræðin að baki SPI-mælikvarðanum er að setja á oddinn það sem skiptir tilveru fólks mestu máli, þar á meðal er aðgangur að heilsugæslu, menntun, hagkvæmu húsnæði og staða jafnréttismála og trúfrelsis,“ segir Rósbjörg.

Hún segir að ástæða þess að Reykjavík hafi orðið fyrir valinu sé sterk staða Íslands á listanum. „Ísland hefur verið í úrvalsflokki.“

Auk framsöguenda og skoðunar á dæmum um vel heppnaðar aðferðir, verða opnar umræður og vinnuhópar á ráðstefnunni. Þátttakendur munu kynna nýjum aðferðum og lausnum sem stuðla að félagslegum framförum. Bak-hjarlar ráðstefnunnar eru innlendir og erlendir, en meðal íslenskra bakhjarla eru forsætisráðuneytið, Arion banki og Deloitte.

hafliði@frettabladid.is

Á döfinni

Miðvikudagur 14. desember

SEÐLABANKI ÍSLANDS

• Vaxtaákvörðun

Fimmtudagur 15. desember

HAGSTOFA ÍSLANDS

• Afli erlendra ríkja við Ísland 2014 og heimsaflinn 2014

Mánudagur 19. desember

HAGSTOFA ÍSLANDS

• Vísitala byggingarkostnaðar fyrir janúar 2017

HAGSTOFA ÍSLANDS

• Samræmd vísitala neysluverðs í nóvember 2016

Þriðjudagur 20. desember

ÞJÓÐSKRÁ ÍSLANDS

• Vísitala íbúðaverðs á höfuðborgar-

svæðinu

Miðvikudagur 21. desember

HAGSTOFU ÍSLANDS

• Mánaðarleg launavísitala í nóvember 2016

HAGSTOFU ÍSLANDS

• Greiðslujöfnunarvísitala í janúar 2017

HAGSTOFU ÍSLANDS

• Vísitala kaupmáttar launa í nóvember 2016

HAGSTOFU ÍSLANDS

• Vísitala lífeyrisskuldbindinga í nóvember 2016

HAGSTOFU ÍSLANDS

• Vinnurmarkaður í nóvember 2016

ÞJÓÐSKRÁ ÍSLANDS

• Vísitala leiguverðs á höfuðborgar-

svæðinu

Fimmtudagur 22. desember

HAGSTOFU ÍSLANDS

• Nýskráningar og gjaldþrot hlutfélag og einkahlutfélag í nóvember 2016

HAGSTOFU ÍSLANDS

• Vísitala framleiðsluverðs í nóvember 2016

HAGSTOFU ÍSLANDS

• Vísitala neysluverðs í desember 2016

keldan
dátatal viðskiptalífsins

visir Allar markaðsupplýsingar



BODY
BALANCE
JAFNVÆGIS-
SETA

20%
103.000 KR.
ÁÐUR 129.000 KR.

Topstar LADY SITNESS DELUXE

Snúningstóll hannaður fyrir konur með jafnvægissetu og baki sem hleypir út líkamshita. Netabak sem hleypir út líkamshita ásamt sérstökum púðum í mjóbaki fyrir aukinn stuðning. Seta sem aðlagar sig að líkamsþyngd. Hæðarstillanlegir armar með mjúkum púðum. Smekkleig seta úr pólýamíð.



30%
90.000 KR.
ÁÐUR 128.700 KR.

Topstar COMMANDER

Gæða skrifborðsstóll, hentar bæði fyrir heimili eða skrifstofu. Hæðarstillanleg seta hæð 44–56cm. Dýpt setu 45cm. breidd setu 45cm. Bakið er 51 cm og heildarhæð 97–111 cm. Hægt að stilla halla og dýpt setu. Mótstöðustilling fyrir mismunandi þyngd. Fastir chrome-armar.



Topstar SITNESS® 20

Sitness 20 er sveigjanlegur heilsukollur á dekki. Sitness 20 er hannaður af svissneska hönnuðinum Thomas Walsler til að stuðla að réttri líkamsstöðu þegar setið er og vera þægilegur og skemtilegur á sama tíma. Litir: Blár, grár, rauður, græn, fjólublár, gulur eða svartur. Hæðarstillanleg seta, 60–80 cm. Breidd setu 41 cm.

30%
29.900 KR.
ÁÐUR 42.700 KR.



tvillum prima

Hæðarstillanleg rafmagnsborð Vönduð dönsk skrifborð frá Tvillum, sterk filma sem endist mjög vel og upplitast ekki. Rafknúinir hæðarstillanlegir fætur, hæð 65–116 cm.

VERÐ FRÁ
56.000 KR.



tvillum prima

Gæða skrifstofuhúsgögn frá danska framleiðandanum Tvillum. Hillur, skápar, borð o.fl. til að lífga upp á starfsumhverfið og bæta vinnuaðstöðuna. Margir litir og fjölbreytt áferð, hröð og örugg afgreiðsla, hagkvæmt verð



BIOCRYSTAL

BioCrystal tæknin og Sleepad – náttúrulegur og nærandi stuðningur við ótruflaðan svefn, byggir upp kraft og þú endurheimtir meiri orku á meðan þú hvílir.

BioCrystal-blandan er sérstök kristalblanda í undirdýnum frá BioCrystal Technologies. 16 mismunandi kristaltegundir mynda uppistöðuna í blöndunni ásamt ýmsum steinefnum, gulli og silfri. Þessi þróaða blanda hefur þau áhrif að notandinn hvílir betur, endurnærir og nær meiri líkamsorku úr svefni en áður. Prófaðu BioCrystal og þú munt uppgötva nýjan kraft sem þig hafði ekki dreymt um áður.

VERÐ FRÁ
34.900 KR.

www.biocrystal.eu

Mán.-fim.: 9-18 Síðumúla 37
Fös.: 9-16 564 5040
Laugard. 13-16 hirzlan.is
f Hirzlan

Hirzlan



Valgeir Magnússon, framkvæmdastjóri PIPAR\TBWA, stofnaði auglýsingastofu árið 1994 og hefur komið víða við á rúmlega tuttugu ára ferli sínum í auglýsingabransanum. FRÉTTABLAÐIÐ/GVA

Við erum alltaf að finna upp hjólið

Valgeir Magnússon hefur verið í auglýsingabransanum í yfir tvo áratugi. Hann rekur auglýsingastofuna PIPAR\TBWA sem er ein stærsta stofa landsins. Stofan gekk fyrir tveimur árum í gegnum erfiða sameiningu, en viðsnúningur hefur orðið á rekstrinum í ár. Valgeir segir ástandið á auglýsingastofum ekki vera eins og síðustu árin í aðdraganda hrunsins. Nú þurfi að blanda saman fjölda miðla.

Sæunn
Gísladóttir
saeunn@frettabladid.is



Það eru fleiri leiðir til að ná til fólks núna og það þarf að fara fleiri leiðir. Það er engin leið lengur sem nær til allra eins og einu sinni var. Nú þarf að blanda mörgum leiðum saman. Rekstur auglýsingastofu í dag er miklu flóknari en fyrir tíu árum. Ég held að svona rekstur sé eitt það flóknasta sem þú getur farið í. En ég er einn af þeim sem þrífast á spennunni, hugmyndunum og breytingunum.“ Þetta segir Valgeir Magnússon, framkvæmdastjóri aug-

lýsingastofunnar PIPAR\TBWA.

Valgeir hefur verið í auglýsingabransanum í langan tíma en hann stofnaði auglýsingastofu sína fyrir 22 árum. „Við Sigurður Hlökkversson (Siggí Hlökk) stofnuðum litla auglýsingastofu árið 1994. Við mættum á árhátíð auglýsingastofa þó að við værum bara tveir og settum okkur það markmið að verða stór auglýsingastofa. Síðan þá hefur maður þaufast í gegnum þetta. Það er ekki hægt að segja að þetta fyrirtæki sé 22 ára gamalt því það hefur gerst svo margt á leiðinni. Það er eins og að segja hvar byrjar áin. Við erum samt enn þá á kennitölunni sem við Siggí lögðum af stað með, sem er gömul kennitala frá afa mínum. Við fengum hana í veganesti þegar

við lögðum af stað,“ segir Valgeir.

„Ef þú kemst af stað í þessum geira þá er hann ávanabindandi. Þú virðist ekki vilja yfirgefa auglýsingabransann ef þú ert búinn að setja þig inn í hann, það er ákveðinn lífsstíll. En þeir sem komast ekki inn í hann hrökklast út. Margir sem starfa hér hafa unnið lengi hér eða í geiranum – allt upp í 25 ár.“

Erfið sameining

PIPAR\TBWA er ein stærsta auglýsingastofa landsins og hefur sameinast nokkrum fyrirtækjum á síðustu áratugum. Nú síðast Fítón sumarið 2014. Að sögn Valgeirs reyndist síðasta sameiningin erfiðari en hann hafði gert ráð fyrir. „Það voru 48 manns hjá Pipar og 40 hjá Fítón.



Það sem mun þó aldrei breytast held ég er að hugmyndavinna er alltaf grunnurinn.

Þetta voru því 88 manns í heildina og það er nokkuð gefin staðreynd að 80 manna auglýsingastofa á Íslandi gengur líklega ekki upp. Við byrjuðum strax að selja starfsfólki á Silent, dótturfélagi okkar, reksturinn og höfum verið í góðu sam-

bandi við þau síðan. Við höfum svo verið að straumlínulaga reksturinn mikið síðan. Þar höfum við verið að fara yfir alla ferla og ábyrgð á verkum. Þar var lyklatríði í framlegðaraukningu að færri tímar endi í ruslinu vegna betra flæðis,“ segir Valgeir.

Hann segir að sameiningin hafi verið mjög erfið. „Við höldum að við værum að fara út í miklu auðveldara verkefni. Það sem var flóknast var að sameina þessa tvo menningarheima. Það var erfiðt að koma því heim og saman að fólk hefði sameiginlega sýn á þetta,“ segir Valgeir.

Í dag eru starfsmenn Pipars 52 og tekist hefur að móta nokkuð skýra framtíðarsýn að sögn Valgeirs. Viðsnúningur hefur orðið í rekstri á



síðastliðnu ári. Á fyrstu níu mánuðum ársins 2015 var tap hjá fyrirtækinu upp á 44 milljónir króna, en á sama tímabili í ár er hagnaður upp á 22 milljónir. Um 66 milljóna viðsnúning er því að ræða. „Framlegð jókst um þrettán prósent á tímabilinu og það er stóra skýringin. Ef allar áætlanir standast fyrir síðasta ársfjórðung ársins verður þetta 75 milljóna króna viðsnúningur,“ segir Valgeir.

Sextíu milljóna viðsnúningur

„Sameiningin við Fiton reyndist fjárhagslega erfið. Við töpuðum miklum peningum árið 2014 og 2015. Við vorum orðin ansi stressuð á ástandinu fyrir ári síðan. Við höldum samt áfram og nýttum „lean“ hugmyndafræði og vorum að rembast við að finna leiðir til að gera betur og ná meiri árangri hvert fyrir sig,“ segir Valgeir.

Eitt sem reyndist mjög vænlegt til árangurs var að opna á upplýsingaflæði innan fyrirtækisins og kynna ársfjórðungsuppgjörið hverju sinni, fyrir starfsmönnum. „Þetta er mikil traustsyfirlýsing. Starfsmenn sem vita hvernig reksturinn gengur hafa þá skilning á af hverju hlutirnir eru

eins og þeir eru og af hverju þarf að gera ákveðnar breytingar. Við náðum að breyta andrúmsloftinu á stuttum tíma. Þá breyttist líka rekstrarárangurinn. Þegar fólk er betur meðvitað um hvernig gengur fer það að hugsa meira um að afkasta meiru, mæta á réttum tíma, mæta á fundi og bera meiri virðingu fyrir tíma annarra svo eitthvað sé nefnt,“ segir Valgeir.

Annað sem hefur reynt fyrirtækinu vel er að fá jafnlaunavottun. „Það er líka partur af þessu með traustið að fólk viti að verið sé að vinna með ákveðinn strúktúr í kringum launin. Eins trúum við ekki á yfirvinnu og reynum að vinna þannig að fólk eigi líf fyrir utan vinnuna. Ef maður er alltaf að vinna þá tæmist á manni heilinn og maður brennur hratt út, sérstaklega í þessum bransa,“ segir Valgeir.

TBWA er alþjóðleg samstæða og í gegnum samstarf sitt við hana nýtur Pipar góðs af tólum sem eru notuð sem og þekkingu erlendrar sérfræðinga. Flestir viðskiptavinir Pipars eru þó hér á Íslandi. Verkefni eru mjög fjölbreytt, allt frá merkimiðum á bjórtegundir í nokkurra mínútna auglýsingar í sjónvarpi.



Hjá PIPAR\TBWA starfa í dag 52 starfsmenn. FRÉTTABLAÐID/GVA

„Við erum mest í langtímasambandi við okkar kúnna og við erum með stóra kúnnaflóru sem hefur hentað okkur mjög vel. Við erum líka með mjög mikið vöruframboð. Við erum til að mynda með kvikmyndadeild og samfélagsmiðladeild og erum að vinna í áhrifa-valdamarkaðssetningu (e. influencer marketing). Við erum með okkar stefnumótunardeild og erum með hönnuði sem sérhæfa sig í fjölbreyttum sviðum, allt frá gerð umbúða í gerð sölubása,“ segir Valgeir.

Hann segir að auglýsingastofan hafi þurft að aðlaga sig mikið breyttum markaðsskilyrðum og þróun í tækni, sérstaklega með komu samfélagsmiðla frá árinu 2008. „Markaðurinn er búinn að breytast mjög mikið frá því að við fórum af stað árið 1994. Þegar við vorum að byrja voru frjalsir fjölmiðlar í ljósvaka mjög nýir. Eini gagnvirki auglýsingamiðillinn var útvarp. Við Siggí komum báðir úr útvarps- og sjónvarpsgeiranum og við komum inn á auglýsingamarkaðinn með það með okkur. Við vorum að búa til leiki fyrir útvarp og þannig. Þannig höfum við haldið okkur allan tímann við að nýta nýja samskiptatækni. Þegar samfélagsmiðlar voru að byrja nýttum við þá. Til dæmis Myspace árið 2008,“ segir Valgeir. Fyrirtækið bjó einnig til hljómsveitina Mercedes Club sem vakti mikla athygli en var í raun eitt stórt auglýsingaverkefni fyrir nýja vinnuþjónustu Símans.

„Árið 2010 þá fórum við að ganga lengra á sviði samfélagsmiðla og stofnuðum nýja deild. Yfir þúsund manns sóttu um vinnu í henni þannig að við höfðum úr mörgum góðum að velja. Sumt af því fólki er enn hjá okkur í dag,“ segir Valgeir. „Fjötleiga upp úr því fórum við að fíkta í áhrifavöldum á samfélagsmiðlum. Það er nýja trendið núna þó að við séum búin að vera að vinna í því í sex til sjö ár. Nú eru fyrirtæki að sjá að það borgar sig að setja peninga í þetta. Við erum alltaf að fíkta fremst í þessu öllu. Okkur hefur tekist það og þess vegna held ég að við séum þar sem við erum í dag.“

Rugltími í aðdraganda hruns

Valgeir segir að þrátt fyrir aukna hagsæld í efnahagslífinu núna sé ástandið alls ekki eins á auglýsingastofum núna eins og á góðærisárunum svokölluðu fyrir efnahagshrun. „Þetta var rugltími, þessi tvö til þrjú ár fyrir hrun. Ég vona að þessi skritni tími komi ekki aftur. Það rann mikið af peningum í gegnum auglýsingastofur, sem og önnur fyrirtæki, á þessum tíma. Þetta voru ekki góðir peningar sem gerðu hlutina sjálfbæra til lengri tíma. Við sluppum vel sem betur fer en margir fóru illa út úr þessu. Við litum á það sem tækifæri að eftir hrun var mikið



Forsetakosningar allt öðruvísi en aðrar

PIPAR hefur komið að flestum kosningum undanfarin tuttugu árin, og unnið að mörgum framboðum. Stofan var áberandi í sumar þegar hún vann að forsetaframboði Höllu Tómasdóttur, en Vigdís Jóhannsdóttir, kosningastjóri Höllu, starfar hjá Pipar. Um var að ræða fyrstu forsetakosningar sem Pipar kom að enda voru þetta þær fyrstu í tuttugu ár þar sem sitjandi forseti var ekki með.

Forsetakosningar eru allt öðruvísi en alþingis- eða sveitarstjórnarkosningar að sögn Valgeirs. Hann segir einnig að það hafi verið frábrugðið að auglýsa frambjóðanda nú en fyrir örfáum árum. „Samfélagsmiðlar og Facebook live voru miklu stærra dæmi núna en í síðustu sveitarstjórnarkosningum til dæmis.

Kosningar eru mjög sérstakt fyrirbæri í markaðsgeiranum. Maður fjárfestir mjög tilfinningalega í þessum verkefnum. Maður klárar sig svoltidi í þessum verkefnum. Maður er alltaf að hugsa um einn „do or die“ dag. Stóra verkefnið hjá auglýsingastofum er að halda frambjóðanda rölegum síðasta daginn. Það var þó ekki þannig með Höllu,“ segir Valgeir.

Hann segir það hafa verið erfitt að kynna frambjóðanda sem var frambærilegur en óþekktur almenningi. „Fjölmíðlar eru bara að hugsa um skoðanakannanir og þá er erfitt að koma sinu að.“ Til framtíðar litið heldur hann að samfélagsmiðlar muni leika enn stærra hlutverk í kosningum. „Ég held að þetta muni breytast mjög hratt og það hefur gert það.“

af góðu fólki á lausu og þá störtuðum við samfélagsmiðladeild okkar. Við snerum þessu í sókn. En við vorum ekki ein af stærstu stofum landsins fyrir hrun þannig að við myndum upplifa efnahagshrun öðruvísi í dag,“ segir Valgeir.

„Það var svo mikil samkeppni í örfá ár um að vera með dýrustu og

flottustu auglýsinguna í sjónvarpinu, það á ekki að vera markmiðið. Þetta er hallærislegt markmið sem auglýsendur eru ekki með í dag. Nú er verið að hugsa mun faglegar um þessa hluti en var fyrir nokkrum árum. Þó það sé góðæri núna eru bílar ekki að bakka að með pening til auglýsingastofa.“

Valgeir segir að öðruvísi sé spilað með þá peninga sem á að verja til auglýsingaherferða í dag. „Það þarf að strúktúrera þetta mjög vel til að koma með góða vöru sem virkar án þess að borga með henni sem auglýsingastofa. Við erum alltaf að finna upp hjólið. Það er svo mikið af breytingum í þessum heimi. Á nokkurra mánaða fresti er búið að gefa upp á nýtt í nýmiðlunum. Hefðbundnu miðlarnir virka hins vegar enn þá. Það er algjör mýta að enginn sé að horfa á sjónvarp, við mælum það. Það eru vissulega færri sem horfa á línulega dagskrá og færri sem lesa dagblöð. En það eru hins vegar mjög margir að lesa dagblöð. Við náum miklum árangri í gegnum nýmiðlana, en við myndum ekki ná honum bara í gegnum þá. Þrátt fyrir að samfélagsmiðlar og samfélagsmiðlaleikir nái til fólks, sem og leitarvélmarkaðssetning eða áhrifaaldar að tala um nýjar vörur, þarf að blanda þessu saman við hefðbundna miðla,“ segir Valgeir.

Til framtíðar litið telur Valgeir að auglýsingastarfið verði fjölbreyttara. „Mörg fyrirtæki munu sérhæfa sig í ákveðnum hlutum geirans svo það verða fáir eins og við með allt litrófið. Við munum koma til með að vinna með fyrirtækjum sem sérhæfa sig í gagnavinnslu á netinu eða þá að við búum til þannig svið sjálf,“ segir Valgeir.

„Það verður stóra málið á næstunni að safna upplýsingum um fólk til að geta sent rétt gögn á réttan einstakling og ónáða ekki þá sem hafa engan áhuga á því sem við erum að tala um. Í dag erum við að vinna með alls konar breytur og áætla hugmyndir fólks út frá því hvernig það notar vefinn. Í Bandaríkjunum eru hins vegar fjölmörg fyrirtæki komin mjög langt og farin að sérhæfa sig í því hverju þú sem persóna hefur áhuga á. Þarna er fullt af síðferðisspurningum sem við þurfum að tækla en ég held að geirinn muni próast í þessa átt,“ segir Valgeir.

„Það sem mun þó aldrei breytast, held ég, er að hugmyndavinna er alltaf grunnurinn. Góð hugmynd er alltaf það sem þarf. Allt hitt bætist bara ofan á sama hvaða miðill er notaður. Það þarf alltaf grunnhugmynd sem neytandi tengir við og skilur þá hvað fyrirtækið sem hann er að versla við stendur fyrir. Margir gera þau mistök að halda að nýir miðlar snúist allir um tækni. Tækni er bara tólið, það er hugmyndavinna sem er allt málið.“ saeunn@frettabladid.is



Nýsköpun

Anita Hafðis Björnsdóttir, meðstofnandi Happyworld.

Hraðflug

Fyrirtækið Happyworld var stofnað árið 2014 með megináherslu á að gera vaxandi hópi ferðamanna sem áhuga hafa á sportflugi kleift að kynna sportinu hér á landi.

Stofnendur félagsins, þau Anita Hafðis Björnsdóttir og Róbert Bragason, hafa um árabil verið virk í kennslu og ástundun svífvængjaflugs og urðu í gegnum það vör við vaxandi hóp ferðamanna sem höfðu áhuga á að upplifa íslenska náttúru á nýjan og frumlegan hátt, en þau hafa sjálf ferðast mikið til annarra landa til að stunda sportið og kynntust því þar hvað þessi afþreying var aðgengileg.

„Það að vera valin til þátttöku í viðskiptahraðlinum Startup Tourism í byrjun árs 2016 var ákveðinn vendipunktur fyrir okkur,“ segir Anita. „Hvorugt okkar hafði reynslu af rekstri afþreyingarþjónustu fyrir ferðamenn og því þótti okkur mikið tækifæri felast í því að sækja um að fá að vera með. Þær tíu vikur sem hraðallinn stóð yfir kynntumst við fjöldanum öllum af aðilum úr greininni, ekki síst í gegnum mentorafundi sem voru skipulagðir í tengslum við hraðalinn sem okkur þótti ómetanlegt.“

Happyworld hefur lagt mikla áherslu á nýsköpun en auk þess að bjóða upp á sportflug hóf félagið að bjóða upp á skipulagðar norðurljósaferðir með stjörnskodun fyrir litla hópa á veturna.

Happyworld hefur lagt mikla áherslu á nýsköpun en auk þess að bjóða upp á sportflug hóf félagið að bjóða upp á skipulagðar norðurljósaferðir með stjörnskodun fyrir litla hópa á veturna. „Það var nú kannski að miklu leyti vegna þess að sportflug er ekki mikið vetrarsport sem við fundum að við þurftum að leita leiða til að bjóða þjónustu sem hentaði fyrir þennan árstíma. Stjörnskodun í gegnum öflugan stjörnusjónauka var eitthvað sem á þessum tíma var ekki boðið upp á í svona ferðum. Við sáum því ákveðið tækifæri þar en þjónustunni var strax vel tekið,“ segir Anita. „Við viljum bjóða upp á þetta upplifun í öllu sem við gerum og merkjum á okkar viðskiptavinum að það er það sem þeir sækjast eftir.“

Allt útlit er fyrir mikla áframhaldandi fjölgun ferðamanna sem hingað koma. Rannsóknir benda til að sá hópur ferðamanna sem vaxi hlutfallslega hvað hraðast séu ferðamenn sem sækja í svokallaðar ævintýraferðir. Happyworld hyggst beina sjónum sínum að einmitt þessum hópi ferðamanna fyrst og fremst. Félagið er með fleiri nýjungar á teikniborðinu sem vonir standa til að koma á markað innan skamms. Áhugasamir geta fylgst með á vefsíðu fyrirtækisins, www.happyworld.is.



Hin hliðin

Sigrún Jenný Barðadóttir, COO og með-eigandi, Eimverk Distillery

Samband neytanda og framleiðenda er að breytast. Internetið, samfélagsmiðlar, hópfrármögnun og fleiri þættir hafa gjörbreytt frumkvöðlastarfi og markaðssetningu vöru. Samskipti framleiðenda og neytanda fer ekki lengur fram

Fyrsta skráning ársins



Á föstudag hófust viðskipti með hlutabréf Skeljungs hf. á aðalmarkaði Nasdaq Iceland. Skeljungur er annað félagið sem tekið er til viðskipta á Nasdaq Iceland árið 2016, en það fyrsta á aðalmarkaði. Valgeir Baldursson, forstjóri Skeljungs, og Hendrik Egholm, forstjóri Magn í Færeyjum, hringdu inn fyrstu viðskipti. Skeljungur er með starfsemi á Íslandi og í Færeyjum og rekur félagið samtals 76 bensinstöðvar og sex birgðastöðvar. FRÉTTABLAÐIÐ/GVA

Egyptar fleyta pundinu



Lars Christensen

alþjóðahagfræðingur

Egyptar tóku djarfa en rétta ákvörðun í síðasta mánuði með því að taka upp fljótandi gengi pundins. Þessi aðgerð gat ekki annað en orðið óvinsæl því gjaldmiðillinn féll þegar í stað um 48 prósent gagnvart bandaríska dollarnum og missti þannig helm-

Með því að fleyta pundinu hafa Egyptar að minnsta kosti numið úr gildi peningahömlur á heildareftirspurnina.

ing verðgildis síns. Afleiðingin var skyndileg verðhækkun á almennum neysluvörum sem lækkaði kaupmátt margra Egypta, jafnt fátækra sem miðstéttarfolks.

Þetta er vissulega sorglegt en við verðum að huga að hinum kostinum. Að halda þeirri stefnu áfram

að reyna að festa egypska pundið við allt of hátt gengi jafngilti sífellt hertari peningamálastefnu. Það þrýsti á heildareftirspurnina á sama tíma og hagkerfið þurfti að takast á við neikvæðan framboðsskell vegna mikillar pólitískrar óvissu og skorts á grundvallarumbótum.

Í raun hafði egypska hagkerfið undanfarið ár lent í kreppuverðbólgu – ástandi þar sem verðbólga hefur aukist vegna neikvæðs framboðsskells og sífellt hertari peningamálastefna veldur því að hagvöxtur minnkar. Með því að fleyta pundinu hafa Egyptar að minnsta kosti numið úr gildi peningahömlur á heildareftirspurnina. Það var áfall fyrir flesta Egypta þegar pundið var sett á flot og þeir sáu helming verðgildis þess gufa upp á nokkrum mínútum. En það er þess virði að hafa í huga að fyrir land með veikar pólitískar stofnanir og veikt hag-

kerfi er algerlega nauðsynlegt að hafa veikan gjaldmiðil líka.

Fall pundins orsakaðist í raun ekki af þeirri ákvörðun egypska seðlabankans að taka upp fljótandi gengi. Þetta var ekki gengisfelling – það var markaðurinn sem ákvarðaði hvert grunnvirði gjaldmiðilsins væri, byggt á ástandi egypska hagkerfisins og gæðum (eða öllu heldur gæðaskorti) egypskra stofnana.

Þess vegna ættu egypsk stjórnvöld alls ekki að reyna að styðja pundið með því að taka aftur upp inngríp á gjaldeyrismörkuðunum. Þess í stað ættu þau að reyna að gera gjaldmiðilinn stöðugan með efnahagslegum og pólitískum umbótum.

Og lærdómurinn fyrir Ísland? Lærið að meta hina fljótandi krónu. Og ef þið viljið að hún sé sterk gætið þess þá að draga úr pólitískri óvissu og koma á kerfisumbótum. Það ætti að vera auðveldara en í Egyptalandi.

Tækifærin liggja í staðbundnum vörum, með sterka vísun í uppruna, í einstökum vörum sem skera sig frá fjöldanum.

fjölda frumkvöðla í matvælaframleiðslu svo sem Saltverk, Omnom, Eimverk, Arna, Wasabi Iceland og fleiri eru að ná árangri bæði á

markaði innanlands og í útflutningi. Tölur erlendis frá benda til að þessi þróun sé hvergi nærri á enda-stöð, til að mynda hefur hlutdeild smærri bjórframleiðenda vaxið úr nærri einingu í um 25 prósent af bjórmarkaði í Bandaríkjunum.

Tækifærin liggja í staðbundnum vörum með sterka vísun í uppruna, í einstökum vörum sem skera sig frá fjöldanum, umhverfisvænum og sjálfbærum framleiðsluáferðum og ekki síst í vörum sem þróast í

sátt og samstarfi við neytanda í nýjum heimi samskipta og upplýsinga.

Fyrir Ísland er þessi þróun sérlega áhugaverð, nú er smæðin ekki lengur dragbítur, við erum samkeppnishæf og áhugaverð einmitt vegna smæðarinnar og sérstöðunnar. Skrítin þjóð á eyju úti í hafi getur gefið heiminum margt. Næstu ár og áratugir eru spennandi tímar fyrir frumkvöðla og neytendur.

NÚMÉR EITT!



Flestir notendur heimsóttu Vísi í síðustu viku sem hélt vefnum á toppnum yfir mest lesnu vefi landsins aðra vikuna í röð.*

Við þökkum fyrir og gerum okkar besta í að færa lesendum okkar vandaðar fréttir, greina vel frá því sem hæst ber ásamt því sem okkur þykir skemmtilegt og áhugavert.

Verið velkomin í heimsókn!

visir

FYRSTUR MEÐ FRÉTTIRNAR

*Samkvæmt topplista Gallup vikuna 5. desember til 11. desember 2016.



Bermúda er eitt af fjórum breskum yfirráðasvæðum á listanum.

FRÉTTABLAÐIÐ/GETTY

Bermúda versta skattaskjólíð

Eyjan Bermúda í Atlantshafi er versta skattaskjólíð fyrir fyrirtæki í heiminum samkvæmt nýrri skýrslu Oxfam.

The Guardian greinir frá því að þrjú bresk yfirráðasvæði utan Bermúda séu á listanum. Meðal fimm-tán verstu skattaskjólanna eru Cayman-eyjar, Jersey og Bresku jómfrúaejar (þeirra á meðal er Tortóla).

Oxfam greindi frá því árið 2012 að bandarísk fyrirtæki hefðu tilkynnt um 80 milljarða dollara hagnað í Bermúda, sem er meira en samantlagður hagnaður þeirra í Japan, Kína, Þýskalandi og Frakklandi.

Oxfam hefur gagnrýnt starfsemi skattaskjólanna fyrir að hafa af ríkisstjórnnum fé sem mikil þörf sé á. Yfirvöld í Bermúda hafa hins vegar gagnrýnt skýrslu Oxfam og segja hana uppfylla af villum. Þau segjast jafnframt taka þátt í alþjóðlegu starfi gegn skattaundanskotum.

Stefnt er að því að lækka fyrirtækjaskatt í Bretlandi úr 20 prósentum í 17 prósent fyrir árið 2020 til að ýta undir það að bresk fyrirtæki greiði skatt í heimalandi sínu.

-sg



Surface Book frá Microsoft.

MYND/MICROSOFT

Fleiri skipta úr Macbook í Surface

Aldrei hafa fleiri skipt út MacBook fartölvu sinni fyrir Surface Book fartölvu frá Microsoft. Þetta segir í blogg færslu á vefsíðu Microsoft um velgengi Surface-línunnar. Auk nýrrar Surface Book hefur Surface Studio borðtölvun hlotið mikið lof tækniþáðamanna Vestanhafs.

Microsoft býður viðskiptavinum upp á að skila inn notaðri MacBook tölvu fyrir nýja Surface Book og fá þar með afslátt. Þaðan kemur tölfærðin sem Microsoft styðst við í blogg færslunni en birtir þó ekki. Skýtur Microsoft þar föstum skotum á Apple og segir í færslunni að ástæðan sé meðal annars „vonbrigði með nýja MacBook Pro, einkum á meðal fagfólks“.

Þá segir einnig að aldrei hafi selst fleiri Surface tölvur í einum mánuði en í nóvember síðastliðnum. Verslanakeðjan Best Buy hafi selt allar sínar birgðir á fyrsta degi. - þea

76% JÁKVÆDIR

Langflestir eða 76 prósent stjórnenda telja aðstæður góðar í atvinnulífinu, en einungis fimm prósent að þær séu slæmar. Þetta sýna niðurstöður nýrrar könnunar Gallup meðal stjórnenda 400 stærstu fyrirtækja landsins. Munur er þó nokkur frá síðustu könnun, sem gerð var í september síðastliðnum, en þá töldu 83 prósent aðstæður góðar en einungis tvö prósent slæmar.

2,1% ATVINNULEYSI

Skráð atvinnuleysi í nóvember var 2,1 prósent samkvæmt tölum Vinnu-málastofnunar. Að meðaltali voru 3.583 atvinnulausir í nóvember og fjölgaði atvinnulausum um 250 frá október þegar atvinnuleysi mældist 2,0 prósent. Atvinnulausum fjölgaði að meðaltali um 63 á höfuðborgarsvæðinu og var atvinnuleysi þar 2,3 prósent. Á landsbyggðinni fjölgaði atvinnulausum um 187.

10.12.2016



Það eru yfirgnæfandi líkur á að við náum saman, það þyrfti að fara eitthvað mikið úrskreiðis til þess að það gerist ekki.

Smári McCarthy



„STEFÁN MÁNI ER BESTI SPENNUBÓKASMIÐUR OKKAR OG SVARTIGALDUR ER HÖRKUBÓK.“

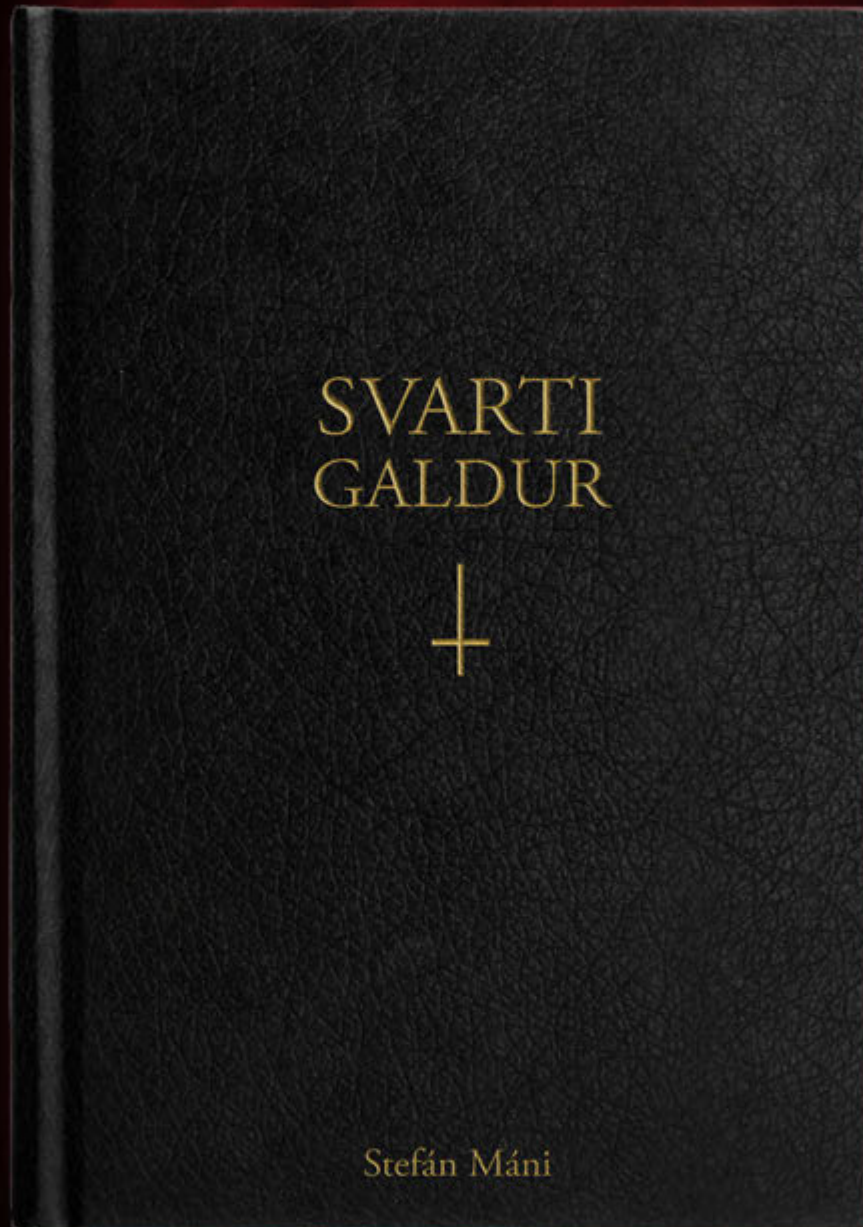
Porgeir Tryggvason bókmenntagagnrýnandi

„ÞESSA BÓK ER NÆR ÓMÖGULEGT AÐ LEGGJA FRÁ SÉR EFTIR AÐ HÚN HEFUR VERIÐ OPNUÐ.“

Sunna Ben fjöllistakona

„ÉG FANN Í FYRSTA SKIPTI Á ÆVINNI ÁPREIFANLEGA FYRIR ORÐASAMBANDINU AÐ RENNA KALT VATN MILLI SKINNS OG HÖRUNDS.“

Póra Hallgrímsdóttir, herdubreid.is



KONTOUR BERTJAVIK



NÝ BÓK EFTIR
METSÖLUHÖFUNDINN
STEFÁN MÁNA

