

Min lederfilosofi – ledersatferd (-stil) og medarbeidermotivering

Hans Thorn Wittussen

Norge rundt med Nortura



Nøkkeltall

- Ca. 22 milliarder kroner i årsomsetning (2014)
- Årsproduksjon på ca. 230 000 tonn slakt og 42 000 tonn egg
- Industrivirksomhet i 28 kommuner
- Ca. 5 500 årsverk
- Eid av ca. 18 700 bønder organisert i et samvirke

Sterk råvareposisjon, rasjonell industri og sterke merkevarer gir verdiskapning....



Samvirke



Selskapet



Merkevarene

Hva er å være leder?

Posisjon, makt, prestisje,

lønn, annerkjennelse

gradering for lykkes i livet

Hva er å være en leder?

- Resultatfokus
 - nås sammen med andre
- Er du bedriftens eller de ansattes person?
- Det er mennesker vi leder
 - ikke produksjoner eller fag
- Hvordan lede mennesker for å nå resultater?
- Mål – strategi – er å gjøre valg – prioritere
- Symboler – symbolhandlinger - hjerte
- Innebærer å ta upopulære avgjørelser
 - Lederen er bedriftens person

Hvorfor skal noen bli ledet av MEG?
Eller deg?

Noen hovedpunkter

- Fokus på MÅL
 - ikke styring / overvåking /kontroll
 - Tillit
- Dele felles verdier/ ideologi – ledestjerne
- Energi
- Måle på målene overlate til medarbeiderne å finne løsning
- Stille spørsmål NB
- Trekke konklusjoner – handling – neste steg
- Klok – sunn fornuft
- Struktur

Konkrete mål for Norturas medlemsarbeid i 2015

1. Økte markedsandel og tilførsler per dyreslag og per fylke
2. Økt medlemstilfredshet målt per region
3. Økt antall besøk hos Norturamedlemmer og ikke-medlemmer - målt per region



Markedsandelsutvikling 2014 for Nortura i de ulike fylkene, SIDEN NYTTÅR

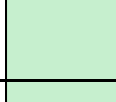
- mot endringer i samme periode i 2013

Per måned **DESEMBER**

Fylke	Storfe Markeds% +/-	Gris Markeds% +/-	Sau/Lam Markeds% +/-	Kylling Markeds% +/-
1 Østfold	67,7 0,3	56,8 1,0	68,2 1,2	
2 Akershus/ Oslo	69,2 2,5	57,7 -1,4	34,2 1,8	
4 Hedmark	72,1 1,3	65,6 -2,2	68,3 -2,3	
5 Oppland	74,0 -0,1	56,1 0,4	65,9 0,4	
6 Buskerud	83,0 -0,1	83,4 4,8	82,0 -0,6	
7 Vestfold	85,6 0,1	75,9 -1,1	91,8 -0,3	
8 Telemark	78,4 -2,1	84,6 3,1	62,0 3,4	
9 Aust Agder	67,4 -0,6	82,5 0,0	62,8 -1,4	
10 Vest Agder	68,2 -1,9	96,8 0,8	62,7 0,4	
11 Rogaland	50,5 0,6	48,8 0,4	57,2 0,3	
12 Hordaland	66,5 0,0	75,8 3,2	52,9 -0,2	
14 Sogn og Fjordane	78,8 -1,2	63,1 -13,8	79,0 0,4	
15-1 Møre og Romsdal Sør	78,3 1,2	94,4 -5,6	55,0 0,4	
15-2 Møre og Romsdal Nord	83,2 1,3	100,0 0,0	84,4 0,6	
16 Sør Trøndelag	71,8 1,6	85,9 -1,4	55,6 -1,9	
17 Nord Trøndelag	76,8 -0,9	77,1 -0,1	81,1 0,6	
18 Nordland	76,2 2,8	85,7 4,7	72,5 1,9	
19 Troms	87,4 -0,5	81,7 -1,7	90,0 4,9	
20 Finnmark	100,0 0,0	100,0 0,0	100,0 0,0	
Nortura Regioner				
Øst	74,1 0,3	64,8 -0,6	68,2 -0,1	93,6 0,5
Vest	61,7 0,1	53,8 0,3	60,8 0,2	76,4 -0,4
Midt (Fylke 15 16 17)	76,4 0,4	79,3 -0,3	68,8 -0,7	35,7 -1,2
Nord (Nordland ++)	79,7 2,2	85,4 3,9	80,6 3,0	0,0 0,0
Hele landet				
Norge	71,3 0,6	64,6 0,1	67,0 0,6	71,5 -0,8
				Kalkun
				68,2 3,0
				Egg
				69,5 2,9

KPI RÅVARE OG MEDLEM

Strategisk mål	KPI	Måltall 2014							Trend	
		Periode	Budsjett	Hittil i år	Budsjett	Bud 2014	Prognose	Strekkmål		
1. Øke markedsandel med 1%	1: Nye medlemmer	37	14	420	180	180	400	400		52
	2: Tapt/sluttet medlemmer	-19	-10	-175	-120	-120				52
	3: Besøk medlemmer	89	430	4 479	5 596	5 596	5 596	5 596		des
	4: Besøk ikke medlemmer	6	60	495	784	784	784	784		des
2. Øke medlemstilfredshet til 76	5: Tilfredshet 4-beinte /2-beinte	77	76/75	77	76/75	76/75	77	80/78		21
	6: Service ved henvendelse	n/a	n/a	79	80	80	80	80		2013
	7: Respons telefon	89,6	90	89,4	90	90	90	90	n/a	50
3. Nå budsjett	8: Livdyr transport og kjøp/salg kr	-5 890	-1 194	-21 258	-6 491	-5 121	-14 600	-5 121		48
	9: Inntransport slakt rødt kr	801	10 669	1 544	6 432	1 902	7 700	1 902		48
	10: Tilleggsytelser kr	-69 709	-71 280	-487 284	-453 434	-481 429	-522 958	-481 429		48

Utfordring		Tiltak iht SMART (1 til 3 måneder frem i tid)	Effekt kr	Ansvar	Frist	I rute	Status
1	Økt medlemstilfredshet / CRM	01.01.15 skal alle rådgivere rapporterer i CRM. Alle rådgivere er ferdig opplært med nettbrett/bærbar pc 01.03.2015		Tor Aksel	01.03.2015		
2	Prima	Skal gjennomføre valgt strategi og handlingsplan. Mål: 100 % av Nortura medlemmene og 90 % av Primalev. Gjennomføre leieslaktning. Organisering av Primaslakt og Norpri	50 mill	Kai/Torgeir	01.01.2015		
3	Ny inntransport ordning Øst	Skal ha utarbeidet aktivitetsplan, tiltak og tidsplan for storfeslakt inntrp Øst oppstart TBG. Mål: Felles løsning i hele landet.	i 2015	Heidi	15.01.2015		
4	Vinne tilbake markedsandel gris	Sikre oppstart for ny fagsjef. Intensivere besøk/møter ikke medlemmer.		Torgeir	28.02.2015		
5	Tilleggsytelser	Oppstart prosjekt for gjennomgang av tilleggsytelser. Mål: Mer effekt pr kr og økt konkurransekraft.		Frode/Torgeir/Henriette	20.01.2015		

- Medarbeiderne er grunnleggende motivert
 - ledere demotiverer eller forsterker
- Dere alle er enig – slutter man å tenke
 - Viktig med noen som tenker annerledes
 - Opposisjon
 - Aktiv med å få andre synspunkter
- Gode leder er åpen, relasjonsbyggende, god på samarbeid, energigivende, målstyrende

Hva jeg tror på:

- Samvirke – medlemsdemokratiet – løfte i flokk, norske landbruk, at bonden styrer markedsbalansen, Nortura - Gilde/Prior
 - Det er Nortura som løfter prisen i markedet
 - Nortura er best på å sikre rammebetingelsen for kjøtt og eggprodusenten
- Pris til bonden er viktig og det må ikke være for stor avstand til konkurrentene
 - Men det er ikke pris vi vinner oppslutningen på
 - Service, rådgivning, bondens markedsstyrke, sosialt felleskap, relasjonsbygging - systematiske salgsarbeid – få litt mer enn forventer.

Tanker fra meg:

- Kunnskap og kommunikasjoner viktig i alt vi gjør
- Hardt arbeid
- Arbeidsglede – humor- Tjene penger
- Stole på mennesker, vil hverandre vel – må forstå hverandre
- Jeg tror ikke at den beste kunnskapen eller kreativiteten sitter på toppen.
- Ta beslutninger så lavt som mulig – men diskuter med hverandre
- Viktig med felles verdier i bånd, men vi trenger ikke gjøre alt likt.

Tror på... stordriftsfordeler og smådriftsfordeler

- Rasjonell drift der det er mulig å ta ut det
- Smådriftsfordelene ligger i den menneskelig kontakten
 - Nærhet, kort avstand, enkelt,
 - Det er ikke fra Oslo vi vinner nye medlemmer
 - Etter min vurdering hadde Gildebedriftene en styrke her
- Jeg har tro på regionmodellen med desentralisert ansvar og myndighet innenfor felles rammer
 - Våre konkurrenter er gode på den lokale dimensjon
 - Regionsjefen skal ha betydelig «pondus» lokalt
- Faglig-, drifts- og demokratiske dimensjon som er nasjonal
 - Felles regler for hele landet – praktisering lokalt
 - Matriseorganisering

Forhold til bonden og intern i Nortura

- Kjøtt og eggprodusentene operer i selgersmarked
 - Det er helhetsperspektivet som sikrer oppslutning
 - Ansvar for oppslutning ligger hos Råvare & medlem
 - Da må R&M ha ansvaret for all aktivitet mot produsent
 - Hele tiden argumentere faglig godt for dette.
- Kundeperspektiv internt
 - Må skape forståelse for hvorfor gjennom argumentasjon
 - Åpen for å prøve ut nye ting
 - Prøve å gi litt mer enn forventet

- «Å være konkret – så har dere noe å ta avstand fra..»
- Spørsmålene som reduserer misforståelsen, risiko og bringer oss videre.
- Symboler er viktig – symbolhandlinger
 - Litt raus med gaver / oppmerksomhet etc.
- Liker ikke sløsing –
- Budsjett er viktig
- Mye å være stolt av

- Trives med at andre er flinkere enn deg
- Noen ganger er ren makt
- Mine utfordringer
 - Tid klare å si nei
 - Ta de vanskelige samtalene – Fyrsten i Firenze - maktspill

Situasjonsbestemt ledelse