

Åpner dører for norsk næringsliv i Afrika

Da Eivind Fjeldstad la sin idéen sin på bordet for sju år siden, fryktet han å bli kritisert for å promotere «utnytting i Afrika». I dag leder han en organisasjon som er blitt en møteplass for norske næringsinteresser i Afrika.

Av Guri Charlotte Wiggen
guriw@broadpark.no

Jeg ble utrolig glad da den forventede kritikken uteble. I stedet møtte jeg en forståelse for hvor avgjørende næringslivets rolle er for kontinentets utvikling.

Det sier grunnlegger og leder av Norwegian-African Business Association (NABA), Eivind Fjeldstad.

Han mener at «nå er det Afrikas tur», og har et positivt syn på framtidens kontinent. Ikke alle er der for grovt å utnytte dets mangfoldige ressurser, selv om det er århundrer med historikk om nettopp dét, og dette er en del av virkeligheten fremdeles. Ni av ti jobber skapes av næringslivet i Afrika, mens den offentlige internasjonale bistandsindustrien har kommet til kort med å skape jobber på det fattige kontinentet, som har noen av landene med høyest økonomisk vekst i verden.

– Her finnes det fantastiske muligheter for de som tør satse. Samtidig er hele situasjonen et tveegget sverd, hvor fraværet av nye arbeidsplasser kan skape en ny «arabisk vår», sier Fjeldstad.

I Afrika må det skapes 10 millioner arbeidsplasser per år det kommende tiåret for å holde tritt med befolkningsutviklingen, ifølge Verdensbanken. Det er Afrika som har flest mennesker i arbeidsproduktiv alder.

Ville redde verden

Etter å ha tatt en mastergrad i afrikansk politikk i London ville Eivind Fjeldstad «redde verden». Det startet med et opphold på øya Pemba utenfor Zanzibar, der han observerte politiske partier og øyas første demokratiske valg.

Han forteller at da han dro derfra fikk han noe å gruble på. Folket på den paradisiske øya sa til ham: «når du en gang vender tilbake til vår øy - vær så snill å ta med deg investorer som kan skape arbeid her; det er det vi trenger». I 2010 materialiserte tankene seg. Tankene ble til en organisasjon, som etter hvert fikk støtte av norske store selskaper i Afrika. Og med et formelt stiftelsesmøte i NHO, fikk ideen flere føtter å gå på. Statoil, Yara, Rederiforbundet og Jotun ble hans første medlemsbedrifter.



FOTO: GURI CHARLOTTE WIGGEN



Mini-CV

Eivind Fjeldstad (34)

Stilling: leder av Norwegian-African Business Association (NABA)

Sivil status: gift, to barn.

Utdanning: program for Afrika-studier på NTNU og master i afrikansk politikk fra University of London.

Karriere: Leder og grunnlegger av NABA (fra 2012), tidligere oppdrag for ILPI på Zanzibar/Pemba og praktikant på Ambassaden i Addis Abeba.

Beste lederskole: Studentmiljøet på NTNU, var finanssjef for den internasjonale studentfestivalen i Trondheim, ISFIT.

Voksenopplæring

– I dag har vi 125 medlemsbedrifter, derav 10 prosent som er afrikanske. Jeg er opptatt av genuine partnerskap med «vinn-vinn» for begge parter. Da unngår du ovenfra-og-ned-forholdet som vanlig bistand kan skape. Vi har hatt en bistandsbransje som effektivt har vedlikeholdt de gamle stereotypene av Afrika og befolkningen der, mener Fjeldstad, og forteller at de må drive «voksenopplæring» i hva som faktisk skjer i Afrika.

– Vi blir møtt av næringslivsledere som har blitt flasket opp med krig og krise på Dagsrevyen og som ikke selv har fått reist og sett kontinentet og de ulike mulighetene som finnes.

NABA-lederen viser for øvrig til at det i stor grad er i Europas egen interesse å skape nye relasjoner til afrikanske land, poengterer Fjeldstad.

– Angela Merkels poeng under Afrika-møtet i Berlin i juni (G-20) med sju deltakende afrikanske presidenter og andre interesserte, var å vise hvor viktig det er å skape arbeidsplasser og skape bærekraftige næringsmiljø, slik at man får lyst til å investere og indirekte hindre migrasjon til Europa.

Inspirasjon som bærebjelke

– Hva karakteriserer folk som tør satse på Afrika, slik du selv gjør?

– De har langsiktig horisont, er uredde og de ser «megatrender» som skaper morgendagens marked. For meg selv er det inspirasjon og engasjement som er bærebjelken. Jeg er ikke glad i å skyte av meg selv, men jeg greier å skape entusiasme for felles mål. Styrken min er inspirasjonsledelse, sier han, og viser til at det handler om å forsøke å få folk til å ofre blod, svette og tårer – uten å love gull og grønne skoger.

– Hva legger du i inspirasjonsledelse og hvordan gjør du det?

– I NABA er vi veldig heldige som har et team av frivillige, i tillegg til oss i sekretariatet. Det å skulle motivere og engasjere et team uten å tilby lønn krever en evne til å engasjere og inspirere, og det føler jeg at jeg har lykkes med. Inspirasjonsledelse har jeg med meg fra studentengasjementet i Trondheim, der vi skulle få studentene til å bruke all sin fritid på å skape verdens beste festival. Jeg tror det handler om å få teamet til å sette seg hårete mål – og demonstrere at nettopp de er med på å gjøre en forskjell. For meg er det å bidra til å skape gode arbeidsplasser i Afrika, som samtidig styrker norsk næringsliv en veldig viktig «drive» – og det smitter heldigvis.

God forretningsavklaring

– For meg handler god ledelse om god forventningsavklaring. Så lenge man har gjort en god jobb der, gjør det alt mye enklere. Jeg tror også teamet vokser i rollene sine om de blir gitt ansvar. Samtidig kunne jeg sikkert vært en enda mer tydelig leder, jeg får nesten skyld på at jeg ikke kom meg lenger enn til første uken i befalsskolen i Harstad, sier han og ler.

Han minnes en øvelse der de skulle rangere sine medsoldater med karakter fra 1 til 30 – og si hvorfor.

– Den øvelsen synes jeg var veldig tøff den gangen. Det har heldigvis blitt enklere. Det handler om å gjøre teamet ditt enda bedre – det vet de rundt deg også, de vet at du bare vil gjøre de best mulig.

Fjeldstad forteller at han synes det er spennende å lese om ledelse, både ledelselitteratur og artiklene som står på mandagene i Financial Times, selv om det alltid er enklere med teori enn praksis.

– Selv skulle jeg ønske at jeg fikk bruke mer tid på strategiarbeid – og tenke fremover. Det er lett å drukne i det operasjonelle. Når jeg fortviler over det, trøster jeg meg av og til med Mike Tysons berømte sitat: «Everyone has a plan till they get punched in the mouth».

Lærer opp politikere

Eivind Fjeldstad er leder i NABA, og var inntil i sommer også president for det Brussel-baserte Europeiske forretningsrådet for Afrika, EBCAM. Det betyr tilgang til et betydelig nettverk med til sammen 4000 medlemmer, hvor han kan koble sammen folk fra like bransjer, fra forskjellige land. Han driver også «lobbyvirksomhet» opp mot politikere i Norge.

– Vi har i samarbeid med Fellestrådet for Afrika stiftet Stortingets Afrika-gruppe for å drive kunnskapsoplysningsarbeid for våre folkevalgte. Og det var gøy å se politikernes reaksjoner da de fikk se nærmere på norsk-afrikansk nærings samarbeid. Vi tok med en representant for det norske IT-selskapet Laboremus til et møte i Stortinget, sier Fjeldstad, som forteller at politikerne blant annet fikk vite at skarpe ugandiske programmerere utvikler programvare for Pareto Bank, SEB og andre. Det brøt nok med noen av de forestillingene de hadde fra før, tenker Fjeldstad.

Nordens største næringslivskonferanse

– Det er utrolig vanskelig å nå ut med mer nyanterte bilder av Afrika. Vi må bli oss mer bevisst på å snakke om enkelte land. I NABA prøver vi ikke å rose situasjonen, men det er en stor forskjell mellom Somalia og Ghana for eksempel. Til Nordic African Business Summit i oktober, som vi arrangerer, får vi 500 deltakere fra 30 land. Det gjør konferansen i Oslo til Nordens største næringslivskonferanse. Nå arrangeres den for syvende gang. Vi har ofte med ministre, til og med presidenter fra Afrika.

Her i Norge skjedde noe i 2011, mener Fjeldstad. Da gikk næringsminister Trond Giske på talerstolen og snakket om Afrika; tidligere hadde dette stort sett vært bistandsministrenes arena. Innovasjon Norge arrangerte en reise til Ghana, Angola og Mosambik, hvor Eivind Fjeldstad deltok sammen med rundt 100 norske forretningsfolk.

De som mislykkes

– Hvem er det som mislykkes i Afrika?

– Det er de som ikke har brukt tid til å sette seg inn i lokal forretningskultur, som er for utålmodige og tror de kan gjøre «quick win». Eller de som tror de kan komme til afrikanske markeder med en annen standard på produktene enn de har hjemme i Norge. Ofte er det også valgt feil lokal partner, som kan skape mye hodepine. Andre har havnet i korrupsjonsproblemer.

– Har du noen eksempler?

– Et større norsk firma måtte gjøre retrett fordi ikke hadde brukt nok tid på å sette seg inn i den lokale forretningskulturen. De skjønte ikke de kulturelle kodeksene. En annen bedrift møtte veggen da de ikke ville betale bestiktelser til myndighetene – med det resultat at de måtte vente mye lenger på å komme i gang. Det er da det gjelder å ha is i magen.

Heldigvis er det et nesten ingen norske «cow-boyer» lenger, forteller Fjeldstad. Og legger til at norsk næringsliv faktisk nyter godt av å være kjent for kvalitet og seriositet i sine relasjoner.

Dobbel bunnlinje

Eivind Fjeldstad er opptatt av å invitere flere som har interesse for Afrika til NABA. Han sier at når du kommer inn som medlem, har du allerede kontakter, fordi noen har trakkert opp løypa før deg. Han reklamerer med at de driver med kunnskapsformidling, og at de vet hvem du skal snakke med i landet du er interessert i.

– Det er for eksempel raskere å sette opp en bedrift i Rwanda enn det er i Brønnøysund. Landet er nå omtalt som Afrikas Zurich, bare tyve år etter folkemordet. Autoritetene er svært hjelpelig. Vi har hele spekteret.

I Tanzania er på sin side omkvedet «du investerer til tross for regjeringen, men ikke på grunn av den», forteller Fjeldstad, som mener NABA kan være et naturlig første stoppested for bedrifter som er nysgjerrige på Afrika. Hans råd på veien, er:

– Gjør «hjemmeleksa di». Les deg opp på landet, lær om deres forretningskultur, snakk med folk som har lykkes og de som har mislykkes. Å finne en god lokal partner er alfa omega. Sett opp en helt vanlig business som her hjemme, med sunne norske verdier, og tenk på helse, miljø og sikkerhet. Vær deg bevisst hvem du skal interagere med; hvem du møter og hvem du ikke bør møte. Vær langsiktig – det er humper i veien, men desto større er gleden ved å lykkes, sier Fjeldstad, som viser til at den doble bunnlinja er en stor bonus. Lykkes du, kan du tjene gode penger, og samtidig skape arbeidsplasser og bærekraftig utvikling i land hvor det virkelig trengs.

Fjeldstad hevder at sjansen for å lykkes er stor. Det har NABA mange interessante eksempler på, forteller han. ●



«Det å skulle motivere og engasjere et team uten å tilby lønn krever en evne til å engasjere og inspirere»