

# Storslagen jubileumsgave

Saugbrugsforeningens idrettslag har nylig feiret sitt 50 års jubileum. Det vanket mange gratulasjoner og pene ord under jubileumsfesten på Haldens Klub der endel prominente personer hadde innfunnet seg, deriblant mange av de tidligere formenn. Stor applaus vakte det da administrerende direktør Omund Revhaug overrakte idrettslaget en nedlagt gård ved Femsjøen i jubileumsgave. Det vil bli et samlingspunkt for det driftige laget i årene som kommer.

Side 4



## Brokstad går av

Nils Brokstad (bildet) har viet det meste av sitt yrkesaktive liv til fergefart. Nå har den populære sjefen for Bastøfergen gått av med pensjon.

- Det har vært en morsom og interessant tid, sier Brokstad, som ser frem til at selskaps planlagte nye storferge kan bli en realitet.

Side 11

## Ny giv neste år

For første gang i Jahre Lines historie har selskapet satt igang en markedsundersøkelse som sannsynligvis vil resultere i et ((nytt) Jahre Line i 1989. Sentrale personer i denne sammenheng

er administrerende direktør Jan Håkon Fettersen og markedsjef Torbjørn Nåvli (bildet) som mener at Jahre Line kan tilby sine gjester et enda bedre produkt neste år.

Side 2



## Stafett-suksess

Ikke mindre enn 19 lag deltok i den første Kosmos-stafetten i Tønsberg, som ble en ubetinget suksess. Hotel Caledonien dro avgårde med seieren etter en sugende avslutning.

Side 6

## Ordner det meste

Tre selskaper har samordnet sine aktiviteter i Bergenske Interped, selskapet som ifølge administrerende direktør Tor Onarheim ordner det meste når det gjelder spedisjon og transport.

Side 8

# → KOSMOS NYTT

Redaktør:  
Jan Eric Møller

Ansvarlig:  
Bjørn Svensen

Trykt i Vestfold Grafiske A.s Ettertrykk tillatt med kildeangivelse.

**Spennende ting er iferd med å skje i Jahre Line. En bred markedsundersøkelse avsluttes i disse dager, og resultatet av denne vil danne grunnlag for «nye» Jahre Line. Produktutvikling er et stikkord i denne sammenheng. Jahre Line har nemlig gått ut til de reisende, til reise-**

**byråer og potensielle kunder for å høre hva de synes om det produkt Jahre Line tilbyr, og hva som kan gjøres bedre. Det er første gang i selskapets historie at en slik undersøkelse - som utføres av et byrå - blir foretatt.**

## Jahre Line vil fornye seg

- Jahre Line har en mengde gode medarbeidere på sjøen og i land. Dette er meget positivt. Det negative er imidlertid at selskapet ikke har klart å møte den økende konkurransen i fergetrafikken i Nordsjøen i den grad det er nødvendig for å overleve. Selskapet mangler en god nok plan for å møte fremtiden, sier administrerende direktør Jan Håkon Pettersen som er «satt på» jobben som toppsjef i Jahre Line inn til en ny permanent sjef tiltrer, sannsynligvis omkring 1. oktober. Pettersen er utdannet siviløkonom og har jobbet i internasjonal shipping i 15 år i regi av R. S. Platou, de siste fem år som viseadministrerende direktør og partner. I løpet av de to siste årene har han vært med på å bygge opp et landbasert investerings-selskap i Fearnley-gruppen.

- De styrende organer i Kosmos ble ifjor vår klar over at man i Jahre Line en stund ikke har vært istand til å legge de nødvendige planer for fremtiden. Dette falt sammen med tidligere adm. dir. Tore Andresens ønske om å få gjøre noe annet. Han er nå blitt direktør i reiselivsdivisjonen i Kosmos, sier Pettersen.

Det satses altså på en ny giv i Jahre Line. Og i den forbindelse er det ansatt en markeds sjef: Torbjørn Nåvli, spesialist på markedsføring og ledelse. Han kommer fra stillingen som administrerende

*- Neste år vil «nye» Jahre Line presentere seg, sier adm. dir. Jan Håkon Pettersen, til venstre, og markeds sjef Torbjørn Nåvli.*

direktør i Peppes Pizza og var tidligere eksport-sjef i Jordan i 12 år.

- Jahre Line er et spennende selskap med utrolig mange muligheter. Det problem vi står overfor er et beinhardt marked som bare blir tøffere. Vi har et godt produkt, men også svakheter. I undersøkelsen vi nå foretar går vi ut i markedet for å spørre hva markedet vil ha. Vi spør de reisende ombord hva de mener og foretar også intervjuer på land der vi spør om man

har benyttet Jahre Line og hva man mener om det.

Vi spør også næringslivet om hvordan de ser på å arrangere kurs og konferanser ombord og hvilke erfaringer de har med Jahre Line. Undersøkelsen tar også for seg reisebyråene, og vi ønsker å få rede på deres innstilling overfor oss. Resultatet av denne undersøkelsen vil sammen med egne erfaringer danne basis for nye Jahre Line, og i 1989 vil vi lansere vårt «nye» produkt, sier Nåvli.

Er det så noe som åpenbart bør gjøres og som kanskje ikke er tilpasset den stadig voksende konkurransen om gjester og reisende? Både Pettersen og Nåvli gir uttrykk for at endel av kurs- og konferansesentret ombord i skipene trenger en bedre tilpasning. De ser ikke bort ifra at konferanselokalitetene - om nødvendig - må bygges om slik at skipene i større grad kan tilpasses markedet.

**Forts. side 15.**

