**Ekstraoppgaver kapittel 14**

**Ekstraoppgave 14.1**

De fleste av oss godtar verden slik den er selv om vi kanskje kunne ønsket at den var annerledes. En innovatør og entreprenør derimot, stiller spørsmålstegn ved vedtatte «sannheter» og tenker i nye baner.

Prøv deg som en innovatør og forsøk om du kan komme på en idé til et nytt produkt som kan kalles en innovasjon, og som du tror det kan være behov for på det norske og kanskje det internasjonale markedet.

**Ekstraoppgave 14.2 - Dale of Norway**

«I 1872 reiste forretningsmannen Peder Jebsen gjennom det lille tettstedet Dale mellom Bergen og Voss. Jebsen hadde lang erfaring innen tekstilindustri og hadde studert moderne produksjonsmetoder i England. Han så Dale som et ideelt sted å etablere en tekstilfabrikk, da dalens fossefall kunne brukes som energi, og det var lett tilgang på norsk ull i området. Han sikret seg rettighetene til den lokale vannkraften, og kort tid deretter ankom dampbåter fra England med nye maskiner. Fabrikken ble fullført i 1879, og siden da har det vært kontinuerlig produksjon på Dale. Helt fra starten kombinerte Jebsen sine kunnskaper om moderne tekstilproduksjon med fokus på bruk av det aller beste innen ullkvaliteter, norsk design og håndverk. Dette la grunnlaget for de førsteklasses strikkeproduktene som har gjort Dale of Norway verdenskjent.»

På denne måten presenterer bedriften Dale of Norway seg på sin webside. Selskapet har vært igjennom noen tøffe år med underskudd, men nå er det snudd. Ull er igjen «in», og norsk strikkedesign er blitt «high fashion» i det internasjonale motebildet, noe som også strikkeprodusenten Oleana opplever. I et intervju med Aftenposten høsten 2012 uttalte styreleder i Dale of Norway, Hilde Midthjell følgende: «Vår strategi har vært å vise at vi er i forkant av utviklingen både når det gjelder design og kvaliteter med fokus på å tilfredsstille den moderne forbruker. Vi ønsker fortsatt å ta vare på de tradisjonelle designene og den norske kulturarven, samtidig som vi utvikler for sport og mote.»

Dale of Norway har de siste årene utviklet sin kolleksjon med nye moderne designer og innovative ullkvaliteter. I USA har disse fått masse lovord i pressen, blant annet for kvaliteten Knitshell weatherproof som er en bestselger der borte. Det er vannavstøtende ullstrikk laminert med vindtett fôr på innsiden.

Motebransjen tror at strikkeproduktene fra Dale vil få sin rettmessige plass i motebildet i tiden fremover. ̵ Blant trendsetterne vil disse genserne få en stigning. Det norske mønsteret har vært populært lenge i USA, og det har nå de store motehusene tatt opp igjen, noe vi også har lyst til for vår målgruppe. Jeg tror derfor at vi i tiden fremover vil se flere i aldersgruppen 20 til 40 som vil ha på seg Dale-klær, uttalte Elisa Røtterud, moteredaktør i Cosmopolitan.

Les teksten over og forklar hvilke virkemidler Dale of Norway bruker i sin markedsføring.

**Ekstraoppgave 14.3 - Verdens mest innovative selskaper**

Bladet Fast Company kårer hvert år verdens 50 mest innovative bedrifter. De ti mest innovative på denne listen i 2014 er disse (i prioritert rekkefølge): Google, Bloomberg Philanthropies, Xiaomi, Dropbox, Netflix, Airbub, Nike, Zipdial, Donorcschoose.org og Yelp.

Prøv om du kan finne ut i hvilke bransjer disse bedriftene opererer eller hvilke produkter de tilbyr.

**Ekstraoppgave 14.4**

I avsnittet 14.2.2 i læreboka kan du lese om Brødrene Aas som ble kåret til årets entreprenører i Norge i konkurransen EY Entrepreneur Of The Year i 2013.

Finn ut hvilke andre personer som har vunnet denne tittelen i Norge tidligere og hvorfor de har vunnet. Det holder om du går tilbake til 2007.