

Søknad

Søknadsnr.	2019-0184	Søknadsår	2019	Arkivsak	19/4482
Støtteordning	Tilskot til nærings- og samfunnsutvikling 2019				
Prosjektnavn	Praktisk nyskaping i lokalsamfunnet - mobilisering av lokale ressursar og verdjar				

Kort beskrivelse

Vi skal gjennomføre eit prosjekt for nyskaping og mobilisering innan lokalsamfunnsutvikling. Vi skal vise korleis lokalbefolkninga sjølv effektivt, med bruk av enkle midlar og nye tilnærmingar, kan mobilisere ressursar og verdjar – både menneskelege og andre – på ein måte som endrar måten å tenkje og samhandle på, og som skapar varige endringar. På bakgrunn av erfaringar og innarbeidd kompetanse, skal vi lage eit opplegg som sikrar at andre kan ta i bruk same framgangsmåten.

Prosjektbeskrivelse

Det finst mykje god litteratur og mange gode prosjekt (til dømes LivOGLyst-prosjekt) kring lokalsamfunnsutvikling. Det vi meiner at manglar, er korleis innbyggjarane sjølv konkret kan gå fram for å drive nyskaping i lokalsamfunnet. I staden kviler slikt arbeid ofte på eldsjeler.

Korleis å gå fram for å drive nyskaping som gjev resultat, handlar om fleire forhold, der kva som konkret må gjerast, og rekkjefølgja på aktivitetane, er sentrale element. Eit anna sentralt moment er korleis å leggje til rette for at innbyggjarane kan sjå verdiane av det som finst i lokalsamfunnet, og korleis desse verdiane kan takast i bruk. Kva gjeld å sjå verdiane, har vi ei tilnærming som inneber å ta utgangspunkt i kunnskap ein kvar i lokalsamfunnet sit på. Metoden vi vil bruke for å mobilisere kring den kunnskapen, er å ta utgangspunkt i stadnamn og kulturminner – i vidaste forstand.

Bakgrunnen for at nettopp vi vil gjennomføre dette prosjektet, er at ei liknande tilnærming blei gjennomført i Fedje kommune, med godt resultat, då ein av oss (Ingebjørg Vamråk) gjennomførte eit entreprenørskapsprogram medan ho var rådmann der. Etter dette fekk ho ei oppmoding frå Hordaland Fylkeskommune, om å setje i system læringspunktka frå dette programmet, slik at dei kan komme andre tilgode. Det vil vere av stor verdi å teste ut eit tilsvarande opplegg, gjennomført ved meir aktiv observasjon og dokumentasjon, samt å teste ut enkelte konkrete spørsmål og tilnærmingar, for å sikre kvalitet og relevans for andre lokalsamfunn.

Essensielt i samfunnsutviklingsprogrammet som blei gjennomført på Fedje, var utgangspunktet om at «folk kjem før arbeidsplassar». Sagt med andre ord, satsa ein på tiltak som får folk – eksisterande innbyggjarar, besøkjande og turistar – til å trivast, heller enn å fokusere på «å skape arbeidsplassar». Ein erfarte at gjennom denne tilnærminga blei det mogeleg for folk flest å skape noko eller å bidra på annan måte, og såleis blei det ny giv som ga liv til ei rekkje nye etableringar – også frå større aktørar utanfrå lokalsamfunnet.

Vi vil i stor grad kopiere framgangsmåten på Fedje, for å få eit betre grunnlag til å evaluere om denne kan fungere som framgangsmåte for fleire. Opplegget på Fedje hadde dei viktige elementa som det å setje lokalsamfunnsutvikling på agendaen, kick-off, workshops, involvering av innbyggjarane, mv.som førte til ei rekkje nye etableringar og tilbod, innan handel, overnatting, servering, lokal mat,

opplevingar, transport, kultur og informasjon. Det er vanskeleg å måle tal heile nye arbeidsplassar, men talet kan ligge ein stad kring 10, i løpet av ein periode på 1,5 år.

Ei av erfaringane frå det som blei gjort på Fedje, var at det var vanskeleg for innbyggjarane å sjå moglegheitene og verdiane av ressursane dei sit på, herunder korleis ein kan drive nyskaping med dei ressursane ein har. Ei anna erfaring var at ein mangla kompetanse på det som gjeld reiseliv. Dette var nok dels fordi emnet tidlegare ikkje har vore høgt på dagsorden i området (Nordhordland), ifølgje folk i bransjen, og dels fordi moglegheitene innan reiselivsutvikling er fagkunnskap. Det at ein henta inn kunnskap på dette området, og å arbeidde målretta mot det, var ein av dei viktigaste suksessfaktorane bak det ein fekk til.

Når vi har valt ut bygda Ortnevik for dette formålet, har det sin bakgrunn i fleire forhold. Eitt av desse er at det er pågåande eit infrastrukturprosjekt i bygda. Dette gjer at arbeidet med å etablere forum for å drive fram prosessane, vil ta kortare tid enn det elles ville ha gjort, då ein allereie har etablerte forum der det er fokus på framtida. Samstundes vert ikkje moglegheita til læring svekka, då det ikkje er på dette punkt det er vanskeleg å drive lokalsamfunnsutvikling. Å få etablert ein infrastruktur som reduserer ulikskapane i moglegheiter mellom by og bygda, er grunnleggjande viktig. Vi vil difor ta med inn i leveransen på det prosjektet vi her søker midlar til, korleis dette blei gripe an frå lokalsamfunnet si side, slik at òg dette kan komme andre til nytte. Dette søker vi ikkje om finansiering til.

Vi vil levere eit ferdig opplegg der:

- 1) kunnskapen ein treng blir del av innhaldet
- 2) vi tek i bruk konkrete verkemiddel for å synleggjere ressursane og korleis å drive nyskaping
- 3) dette opplegget er testa ut i bygda Ortnevik i Høyanger kommune.

Vi vil dermed levere ein framgangsmåte for korleis innbyggjarane sjølve, effektivt kan klare å ta i bruk uutnytta verdiar og ressursar i lokalsamfunnet. Det er essensielt at framgangsmåten kan takast i bruk i eitkvart lokalsamfunn, utan at det krev høg kompetanse, rettleiing for å kunna starta eller mykje pengar. Det med gjenskapinga er det vi som prosjektleiarar skal sørge for, elles er det viktig at bygdefolket driv mest mogleg fram sjølve.

Kunnskapen som skal inn i prosjektet, gjeld nyskaping, reiselivsutvikling og bruk av stadnamn og kulturminner mv. Kva gjeld nyskaping, så baserer vi oss på boka «Kva er nyskaping», av Dag Jørund Lønning, som er professor ved Høgskulen for Landbruk og Bygdeutvikling. Ingebjørg Vamråk gjennomførte parallelt med utviklinga på Fedje, eit studium innan samfunnsentreprenørskap, basert på denne litteraturen, samt boka «Dialogbasert utvikling» av same forfattar. Tilnærminga som kjem fram under bolken «aktivitetar» i søknadsskjemaet her, er dels basert på denne boka.

Kva gjeld dei konkrete verkemiddela vi har nemnt ovanfor, så handlar dette om å ta utgangspunkt i stadnamn og kulturminner, i vidaste forstand. Begge deler har to viktige sider ved seg:

- 1) kunnskapen er lett tilgjengeleg fordi bygdefolket sit på den sjølve
- 2) kunnskapen er svært verdifull kva gjeld å skape stoltheit for bygda, og – ikkje minst, for å skape eit attraktivt reisemål.

Stadnamn og kulturminner er grunnleggjande i det å drive nyskaping. Det er viktig å påpeike at når vi talar om desse emna, meiner vi òg gamle levemåtar, gamle historier, og tidlegare tiders måtar å sjå og forhalde seg til heimstaden og omverda på, mv.

Det siste elementet av dei tre elementa vi skal levere på, gjeld testing. Her handlar det om å gjennomføre opplegget på ein slik måte at det er mogeleg å sei noko om kva som fungerer og kva som ikkje fungerer. Målet er dessutan at Ortnevik kan fungere som eit døme som kan inspirere andre som vil ta i bruk same tilnærminga.

Vi skal få til dette gjennom å skape forankring og å etablere arenaer for innbyggjarane. Denne delen er i stor grad gjort allereie, kva gjeld Ortnevik, utan at det gjer at overføringsverdien av prosjektet blir redusert. Grunnen til dette er at det ikkje er på dette punktet at skoen trykkjer. Vi vil likevel levere i det endelege opplegget, korleis ein kan gå fram for å komme til dette punktet.

Dernest vil vi levere kunnskap om nyskaping gjennom nemnd litteratur, samt kjøp av tenester til kvalitetssikring og inspirasjonsforedrag. Kunnskapen innan reiselivsutvikling har vi til dels sjølve, og til dels er den allment tilgjengeleg om ein veit kvar ein skal leite. Men òg her må vi kjøpe nokre tenester frå folk i bransjen, meir presist innan forventningar til framtidige mogelegheiter, kva turistane er mest interesserte i, samt viktigheita av å tenkje lønsemd i det ein arbeider med.

Det som gjeld stadnamn og kulturminner, mv, får vi hjelp til frå Høyanger kommunen. Kunnskapen og framgangsmåten skal innarbeidast i opplegget vi leverer, samt testast.

Testinga gjennomfører vi sjølve. Sjå bolken «aktivitetar» om dette. Her er det viktig at vi passar på å ikkje ta ei for aktiv rolle, slik at det som blir gjort har størst mogeleg overføringsverdi til andre lokalsamfunn. Vi legg opp til utstrakt bruk av felles arenaer, og såleis går det med mykje tid her. Det vil òg i noko grad vere naudsynt å vere fleire, for å sikre adekvat dokumentasjon av det som skjer.

Kontaktopplysninger

Funksjon	Navn	Adresse/poststed	Mobil
Søker / Prosjekteier	Momentum 2020 v/Ingebjørg Vamråk Org.nr:	Sørsidevegen 3936 5962 BJORDAL	48158210
Kontakt- person	Ingebjørg Vamråk	Sørsidevegen 3936 5962 BJORDAL	48158210
Prosjekt- leder	Ingebjørg Vamråk	Sørsidevegen 3936	48158210

Mottatt offentlig støtte tidligere: Nei

Spesifikasjon

Bakgrunn

Vi som står bak søknaden, er Ingebjørg Vamråk og Morten Zakariassen. Begge er heimehøyrande i området, sistnemnde på veg til å flytte til Ortnevik etter mange år som gjest på grunn av familierelasjon, og han er dessutan grunneigar i Ortnevik. Med i gruppa er dessutan Helge Dyrredal, næringsdrivande og innbyggjar i Ortnevik. Helge har ei meir perifer rolle i prosjektgjennomføringa, men er viktig for oss då han bidreg til å sikre god forankring både blant bygdefolk og næringsdrivande. Hanne Solheim yter eigeninnsats innan kommunikasjon og marknadsføring. Med i prosjektet frå Høyanger kommune er Aril Nikolai Gjelsvik, som yter det meste av eigeninnsatsen frå kommunen. Høyanger kommune vil yte anna eigeninnsats ved behov. Vi tek med litt om oss til sist i denne bolken.

Bakgrunnen for tiltaket er at vi meiner det er trong for innsats retta mot lokalsamfunnsutvikling, for å sikre busetnad på sikt. Mange lokalsamfunn i landet slit med fråflytting, og gjennomsnittsalderen på dei innbyggjarane som er att, stig. Det blir ofte vanskeleg å erstatte den aktiviteten som tradisjonelt har vore kring jordbruk, og det kan vere utfordrande å oppretthalde viktige strukturar som barnehage, skule, butikk, mv.

Det at fylka Sogn og Fjordane og Hordaland skal slå seg saman, er òg eit moment her. Statsvitarar vil sei at slike prosessar ofte fører til meir standardisering, og at ein risikere å tape viktige kulturelle verdiar, på vegen. Ein vil truleg òg hevde at spenninga mellom sentrum og periferi, typisk blir høgare. Vi meiner på denne bakgrunn at no er eit godt tidspunkt for å gje folk i lokalsamfunna eit verktyø dei kan nytte sjølve, for å ta i bruk ressursane og verdiane dei sit på. Eit anna aspekt som gjeld tidspunkt, er at ein del av den aktuelle kunnskapen sit hjå ein generasjon som har nådd ein så høg alder at det hastar å sikre kunnskapen.

Ei anna utfordring i nokre lokalsamfunn, er at det kan vere vanskeleg for verksemdene i bygdene å sikre stabil arbeidskraft, samt å skaffe arbeidskraft som har høg kompetanse. For at dette skal lukkast, bør lokalsamfunna bli meir attraktive stader å bu. Då er det viktig med aktivitet, samt variasjon i tilbod, sosiale arenaer, og variasjon i type arbeidsplassar. Tilsvarende kan ofte underskot på arbeidsplassar som kvinner lett finn seg til rette i, vere ei utfordring. Dette gjeld etter kvart, kan hende, ikkje i like stor grad som før norske kvinner, men for innvandrarar – så vel partnarar til arbeidsinnvandrarar, som kvinnelege flyktingar – kan dette vere ei utfordring. Desse har ofte ikkje dei kvalifikasjonane som er nødvendige for å få arbeid i offentleg sektor, og det fell ikkje alltid naturleg å søkje mot typisk mannsdominerte yrke. Vi ser for oss at dei aktivitetane og arbeidsplassane som kjem som resultat av vår framgangsmåte, i ein del lokalsamfunn vil bidra til betre integrering. Til sist i denne bolken om arbeidsplassar og arbeidskraft, vil vi nemne at ut frå erfaringane frå fedje, det er sannsynleg at det vil bli skapt sommarjobbar for ungdom, som resultat av prosjektet.

Vi trur at innbyggjarar i lokalsamfunn hadde gjort vesentleg meir innan utvikling av eiga bygd, dersom det var lagt betre til rette for det. Ein veit gjerne ikkje korleis å komme i gang, eller ein har vanskar med å sjå verdiane ein sit på. Dei ordningane som finst kan nok for mange fram stå som vanskeleg tilgjengelege, eller det er for mykje arbeid forbunde med søknader, budsjettering og rapportering. Det er essensielt for oss å levere ein heilt konkret framgangsmåte for korleis å involvere alle ressursane i bygda, slik at ikkje arbeidet kviler på eldsjelene åleine. Då trur vi det er viktig å ha ei lett tilgjengeleg tilnærming som ikkje fokuserer på krav til form, mål og rapportering, men heller på konkrete framgangsmåtar og korleis nyskaping kan gjerast gjennom dialog og samhandling.

Vi ser for oss at framgangsmåten vi vil systematisere, kan høve godt inn i LivOGLyst-modellen. Meirverdien i det vi leverer, sett i dette perspektivet, er at det inneheld eit ferdig opplegg for gjennomføring, og at dette opplegget sikrar brei deltaking, har ei heilskapleg tilnærming, har innebygd mykje relevant kompetanse, og inneheld konkrete metodar som senkar terskelen for å bidra, samt synleggjer dei verdiane ein som innbyggjar i eit lokalsamfunn, ofte ikkje ser eller er seg medviten. Og kanskje mest av alt, senkar vårt opplegg terskelen for at innbyggjarane sjølve kan setje i gang med utviklingsarbeid, fordi dei slepp å gjere alt frå grunnen av, som å utarbeide prosjektplanar, budsjettmal og leveransepunkt, samt at det blir enklare å levere på rapportering.

Dersom Fylkeskommunen ikkje ser for seg at opplegget høver inn i LivOGLyst-programmet, vil det – i alle fall i nokre tilfelle – vere nødvendig med noko praktisk støtte frå eigen kommune. Dette gjeld til dels bistand i form av informasjon, med andre ord ein type bistand som einkvar kommune uansett ville yte innbyggjarane. I tillegg til dette vil det vere ideelt med eit samarbeid med kommunen i form av ein avtale om å yte nokre timar i eigeninnsats innan område som er spesielt utfordrande for lokalsamfunnet å løyse utan samarbeid med kommunen, og/eller fordi det er naturleg med eit samarbeid der ein har felles mål.

Kort om oss:

Ingebjørg Vamråk (prosjektleder) er jurist med tilleggsutdanning og erfaring innan økonomi, statsvitskap, entreprenørskap, forskning og kommunal leiing og utvikling. Ingebjørg har erfaring frå å motivere og leie folk til å realisere ideane sine. Gjennom eit entreprenørskapsprogram ho gjennomførte som rådmann, utvikla ho på kort tid Fedje til å bli ein turistdestinasjon som er viktig for Bergen, og som no tek til å bli omtala av reiseguidar for Vestlandet. Programmet skapte ei rekkje nye arbeidsplassar, rekordar i omsetning og tal besøkjande, samt store satsingar innan næring, frå lokale og regionale aktørar. Ingebjørg har eit stort nettverk mellom anna innan akademia, og har elles ei særleg interesse for og fokus på, lokal kultur og historie.

Morten Zakariassen er ein entreprenør og forretningsfører som har starta opp og eig fleire selskap i både inn- og utland. I tillegg har Morten jobba i leiande stillingar i NVE, Norsk Hydro og Telenor. Morten skal no flytte til Ortnevik etter 20 år som tilreisande. Gjennom sitt arbeid har Morten oppnådd stor forståing for kor viktig det kulturelle og det historiske aspektet er, for å sikre lokalt engasjement for både nærings- og samfunnsutvikling. Morten er utdanna innan el./vannkraft og telekommunikasjon, fagfelt som er viktige for å sikre forståing for den digitaliseringa som må til for å utjamne ulikskapen mellom by og bygd.

Helge Dyrddal er dagleg leiar i Ortnevik Tre, og har bygd opp dette selskapet til ei av landets leiande verksemder innan innreiing av hurtigbåtar globalt. Helge har eit stort nettverk lokalt og regionalt, både blant bygdefolk og næringsdrivande, og stor kunnskap om korleis ei bygd fungerer.

Hanne Solheim er 20 år, bur i Bergen og studerer samanlinkande politikk. Ho har eit særleg talent innan strategisk kommunikasjon og marknadsføring, og tilhøyrer dessutan den generasjonen som har vakse opp med å bruke moderne kommunikasjonsteknologi aktivt. Hanne har bakgrunn som gjer at ho kjenner både bygd, by og reiseliv, og vil gjere eigeninnsats innan strategisk kommunikasjon og marknadsføring.

Aril Nikolai Gjelsvik (Høyanger kommune) er samfunnsplanleggar med erfaring frå offentleg forvaltning som kommuneplanleggar i Høyanger kommune i 20 år. Aril har ei tverrfagleg rolle med overordna planlegging innanfor det kulturelle- og tradisjonelle tiltaksarbeidet, frå planprosessar til konkret oppfølging av tettstadutforming, arkitektur og byggeskikk. Han har òg vore leiar i større kommunale prosjekt og utviklingsarbeid med vekt på dialog. Utdanninga til Aril er innan bygg/anlegg og by- og regionalplanlegging, med tilleggsutdanning i utviklingsarbeid og samfunnsplanlegging. Aril er kommunen sin primærkontakt i prosjektet vårt

Prosjekt mål

Hovudmålet med prosjektet er å utarbeide eit konkret opplegg for korleis innbyggjarane sjølve kan gå fram for å drive nyskaping og utvikling i lokalsamfunnet over tid, gjennom å systematisk arbeid med kortsiktige mål, som ledd i det å nå langsiktige mål.

Delmål

- 1) Gjennomføre testing av element frå ei tilnærming som (justert) har vore prøvd før, denne gongen i bygda Ortnevik
- 2) Innarbeide og teste i denne tilnærminga, ein metode for bruk av stadnamn, kulturminner, historier og anna som har tilsvarende verdi
- 3) Identifisere kva nyskaping er eller kan vere, og korleis det kan gjerast
- 4) Identifisere kva verdier og ressursar ein sit på i lokalsamfunnet
- 5) Identifisere kva som skal til for å få berekraftig og lønsam turisme
- 6) Identifisere kva som skal til for at andre kan tenkje seg å busetje seg i lokalsamfunnet
- 7) Identifisere korleis å skape møteplassar i skjeringpunkt mellom etablert næring, lokalsamfunn, sosiale mål og turisme
- 8) Identifisere kva som kan redusere terskelen for å ta i bruk uutnytta ressursar og verdier
- 9) Identifisere korleis å ta i bruk moderne kommunikasjonsteknologi på ein eigna måte
- 10) Identifisere korleis ein kan sørgje for å implementere berekraft og «grøne» val i alle ledd
- 11) Identifisere korleis å gå fram for å skape nettverk og samarbeid over kommunegrensar, og knyte seg opp mot viktige aktørar regionalt
- 12) Tilrettelegge for gode arbeidsprosessar (etablere gode system) for kontinuerleg utvikling over tid
- 13) Leverer så mange resultat på punkta ovanfor som mogeleg, innan prosjektperioden, og legge til rette for at prosjektet lever godt vidare etter vår prosjektslutt 15 september 2019

14) Leverer til fylkeskommunen eit opplegg for korleis ein kan komme i gang med lokalsamfunnsutvikling på ein enkel måte der flest mogeleg deltek

Vi meiner prosjektet vårt vil kunne bidra til å nå fylkeskommunen sine mål, til dømes om verdiskapande næringsliv, vekstkraftige lokalsamfunn, samt velfungerande næringsmiljø og tilgang til relevant kompetanse. Nokre av desse måla vil ein kunne nå i prosjektet, men framfor alt er måloppnåinga knytt til det at framgangsmåten lett kan takast i bruk av andre.

Prosjektet vil levere på måla nyskaping, kunnskap, kommunikasjonsteknologi, reiseliv, sjømatnæringar og landbruk. Dei to siste er ikkje eksplisitt nemnde i søknaden. Landbruk er ikkje eksplisitt nemnt fordi det er opp til lokalsamfunnet å utpeike satsingsområde, men dette er ei landbruksbygd og det er såleis klart at landbruk blir viktig i satsinga. Kva gjeld sjømatnæringar, så ligg verdas største landbaserte kveiteoppdrett (Sogn Aqua) i denne bygda. Dagleg leiar er svært interessert i å delta i prosjektet, og meiner ein har felles interesser. Difor er det sannsynleg at det blir identifisert satsingsområde som involverer sjømatnæringa. Det er dessutan sannsynleg at Ortnevik vil velje ut energi som satsingsområde, i dette arbeidet med lokalsamfunnsutvikling, nærare bestemt produksjon av hydrogen, då dette er eit mål ein har hatt over tid og tidspunktet no ser ut til å vere godt for å ta steget vidare.

Vi meiner at prosjektet har regional effekt, både direkte og indirekte. Direkte meiner vi det har regional effekt i gjennomføringsfasen, då ein viktig suksessfaktor, framfor alt innan reiselivsutvikling, er å skape alliansar med ulike aktørar i bransjen. Indirekte meiner vi at prosjektet har regional, og truleg nasjonal, effekt, i tydinga at det kan takast i bruk av andre lokalsamfunn. Eventuelt kan ein omtale dette som «overføringsverdi».

Forankring

Under møte i Ortnevik Grendelag blei det 16 april 2019 vedteke at ein skal forsøke å få i gang arbeid med utvikling av bygda sine mogelegheiter. Det er tenkt avvikla eit nytt møte i juli månad, for å avklare om det er mogeleg å få dette til. Morten Zakariassen er spurd av Grendelaget om å prøve å få til noko som kan fremje utvikling av bygda. Dette er bakgrunnen for vårt initiativ i nett denne bygda.

Vi har ikkje etablert ein organisasjon enno, då vi har vore usikre på kva form den bør ha, jf. spørsmål kring dette i forkant av innsending av søknaden. Vi vil etablere ein organisasjon som best mogeleg høver for formålet med prosjektet/søknaden.

Prosjektorganisering

Vi kan gjere det meste sjølve, då vi har stor breidde i kompetanse.

På grunn av prosjektets natur, jf. tidlegare om at det er lokalbefolkninga som skal drive prosjektet, må vi vere medvitne på kva roller andre tek. Dette betyr at det som ikkje skal gjerast av innbyggjarane sjølve, så langt mogeleg må vere av ein karakter som inngår i metoden vi nyttar og overleverer ved prosjektslutt.

Frå dette er det eitt unnatak; vi legg opp til at framgangsmåten lett kan takast i bruk av andre, men at kommunen i det aktuelle lokalsamfunnet bygda høyrer til i, kan stille med litt eigeninnsats ved behov.

Kva gjeld vår eiga rolle, så vil prosjektleiar (Ingebjørg Vamråk) utgjere den administrative støtta vi legg til grunn i opplegget, at er naudsynt. Det er viktig at vi ikkje har ei for framtrekande rolle, for at læringspunkta skal ha størst mogleg overføringsverdi. Den andre av oss, Morten Zakariassen, vil gjere oppgåvene som handlar om å setje i system den kunnskapen og framgangsmåten prosjektet nyttar, og observere og dokumentere det som skjer.

Vi har òg eigeninnsats på kommunikasjon og marknadsføring, av ein ung person, for å sikre at det vi leverer har ei form som er tilpassa den yngre delen av befolkninga. Så har vi eigeninnsats på praktiske forhold som val av materialar for dei fysiske elementa som skal på plass, som til dømes skilt og plakatar. Igjen er dette element som vil inngå i det skriftlege opplegget (framgangsmåten) vi leverer.

Høyanger kommune er ein sentral støttespelar. Kommunen vil levere eigeninnsats, primært frå området kultur og folkehelse, men elles frå dei rådmannen måtte bemyndige.

Vi reknar med å måtte kjøpe tenester innan kvalitetssikring av marknadsplan, kunnskap om turisme og nyskaping, samt innan det å gjere den tekniske delen av arbeidet med heimeside.

Samarbeidspartnere

Høyanger kommune er den viktigaste samarbeidspartnaren vår, då dei leverer kompetanse på området stadnamn og kulturminner.

Vi har ikkje etablert skriftlege samarbeidsavtalar enno, med dei vil har vore i dialog med, då det stod fram som vanskeleg før vi visste korleis prosjektet ville bli sjåande ut, og det blei for kort tid til dette desse siste dagane. Men vi samarbeider med lokale næringsaktørar som har interesse i at det blir sett i gang eit arbeid som det vi vil setje i gang, og med næringsutviklarar både lokalt og i ein annan kommune. I tillegg til dette har vi etablert samarbeid med KMD, blant dei som arbeider med SIVA-ordningane, samt at vi har ein kontaktperson i Forskingsrådet.

Lokalt er Ortnevik Grendelag viktig, og vi reknar med å samarbeide med andre lag og organisasjonar som til dømes 4H og kyrkja (soknerådet), som begge utgjør aktive og inkluderande miljø i Ortnevik.

Vi har dessutan eit svært relevant nettverk og klare oppfatningar om korleis vi skal få tak i den kompetansen vi treng, om enn vi kun har hatt uformelle samtaler om prosjektet vårt, så langt. Særleg vil vi etablere samarbeid med utdannings- og forskingsinstitusjonar, og relevante regionale reiselivsaktørar. I begge tilfelle har vi i nettverket vårt heilt konkrete aktørar vi ser for oss at høver, og at har interesse av eit samarbeid.

Vi har to utanlandske samarbeidspartnere. Den eine er amerikanske Dialogic Inc. Dei vil bistå oss med kompetanse innan samhandling via bilde, lyd og tekst. Den andre er Linked Mobility, også dei amerikanske. Dei vil bistrå oss innan samfunnsstrukturar for meldinghandtering og informasjonsflyt.

Så har vi nemnt ovanfor, under «prosjektorganisering» nokre personar som like gjerne kunne ha vore presenterte her.

Aktivitetar

A) Avvikle innleiande folkemøte. Dette er allereie beramma til juli 2019.

På agendaen står korleis å ta steget inn i eit utviklingsprosjekt som skapar trivsel og tek idear og tanker til konkretisering. Vi skal setje på dagsorden korleis bygdefolket sjølve kan bidra, og kor verdifulle ressursar dei sit på. Vi skal synleggjere korleis næringsaktørar treng at bygdefolket engasjerer seg, og kva framgangsmåte vi vil bruke for å skape verdiar av eksisterande ressursar.

Merk at å bestemme detaljane kva gjeld aktivitetane òg er ein del av det som skal gjerast saman med bygdefolket, i den forstand at det kan kome nokre endringar som følgje av innspel.

B) Lage kommunikasjons- og marknadsføringsplan, august 2019

Denne får vi hjelp til (dels eigeninnsats og dels kjøp av tenester), og planen vil vere ein del av leveransen som har full overføringsverdi til andre lokalsamfunnsutviklingsprosjekt. Utarbeide e-postlister og heimeside eller facebook-sider, etc. Bruke dette til å informere om kva vi ynskjer å gjere, dele kunnskap og motiverande informasjon. Bruke moderne hjelpemiddel for å sikre at ein får tilgang til informasjon på ein god måte. Vi får hjelp frå profesjonelle aktørar for å sikre kvalitet, i språk form og farge. Fokus på kva ein marknadsføringsplan skal medvirke til.

C) Utarbeide konkretisert framgangsmåte, august 2019

Denne skal innehalde dei aktivitetane som skal gjennomførast, korleis, kvifor og av kven. Så skal den vere utforma på ein måte som gjer det enkelt å budsjettere og å rapportere. Den skal òg innehalde noko omtale av kvifor dei ulike elementa er viktige, kva som er viktige suksessfaktorar, og om det er andre aspekt som er viktige. I nokre tilfelle vil det vere trong for tekst og illustrasjonar i større omfang enn i andre, noko som kjem an på kor intuitivt stoffet er. Behovet vil løpande bli vurdert løyst gjennom eit vedlegg med tilleggslitteratur og –illustrasjonar, samt gode døme.

D) September 2019 - August 2020:

Det som skjer heretter, blir så langt føremålstenleg, dokumentert til bruk i prosjektevalueringa. Lage notatar og referat løpande.

E) Kick off for lokalsamfunnsutvikling, september 2019

Del 1 handlar om to forhold:

- 1) å motivere for å skape noko saman,
- 2) og å auke kunnskapen om kva mogelegheiter som finst.

Vi vil hente inn foredragshaldarar innan reiselivsutvikling (framtidsutsikter og korleis velje rett satsingsområde), innan nyskaping (kva er det, og korleis ser ein verdiane i bygda si). Kunnskapen vi får her, skal òg innarbeidast i resultatet vi leverer, i den grad det er føremålstenleg.

Del 2 handlar om å setje ned ei styringsgruppe. Denne gruppa skal bestå av eldsjeler, det vil sei folk som er spesielt motiverte for å drive fram, inspirere og støtte opp. Dei skal i stor grad leie gjennomføringa av det vidare arbeidet.

F) Workshop – ultimo september 2019

Dele inn i arbeidsgrupper. Aktuelle grupper:

- 1) Avklare kva ein har i bygda, og stimulere til fleire aktivitetar, innan overnatting, mat og aktivitetar.
- 2) Nyskaping-gruppe: kva moglegheiter finst for å bruke gamle ting og stader på ein ny måte? Tenkje stadnamn og kulturminner, i vidaste forstand – fortelje historiene til staden.
- 3) Kva er dei viktigaste grunnane til at folk skal besøkje Ortnevik? Eit viktig emne som krev meir tid enn det som er openbert.
- 4) Andre aktuelle aktivitetar? Dyr og dyrking? Ski? Vandring? Sykkel? Kajakk? Fiske? Turar, stølar, fjellfiske?
- 5) Etablere samarbeid med andre kommunar i regionen, om felles interesser innan turisme. Mest aktuelle er Vik, Modalen, Balestrand, Gulen, Bergen og Aurland.

Alle arbeidsgrupper må vere medvitne på følgjande, i alle prosessar:

- a) Avklare andre viktige samarbeidspartnarar, og arbeid inn mot desse – til dømes fristar for annonser og andre aktivitetar som er viktige.
- b) Samarbeid mellom næringsdrivande og innbyggjarane – felles interesser?
- c) Samarbeid mellom kommune og innbyggjarane – felles interesser? Folkehelse, møteplassar, frivilligsentral, rekreasjonsområde, kultur.
- d) Samarbeid med kyrkja, med musikkmiljø, med lag og organisasjonar?

G) Ultimo oktober til mai 2019

2 gonger kvar veke: ha oppfølgjingsarena. Prosjektleiari og prosjektgruppe stiller i forsamlingslokalet for statusgjennomgang med dei ulike gruppene (2 timar) og for andre som gjerne vil stikke innom (1 time). Er elles tilgjengelege på telefon og e-post.

H) Fellesmøte, primo desember 2019

Statusrapport frå dei ulike gruppene. Idemyldring. Avklaring av behov, i vid forstand. Identifisere svake punkt og setje inn tiltak. Eventuelt endre samansetning. Nye fase med nye arbeidsgrupper.

Nye arbeidsgrupper:

6) Lage heimeside, der informasjon om overnatting, aktivitetar, mat og korleis å reise til Ortnevik, blir framstilt på ein god måte. Vi nyttar Fedje-modellen med emneknaggane «komme», «sove», «ete», «gjere»: <https://www.destinationfedje.org/>. Bør lanserast i mars/april. Arbeide med tekstar og bilete som skal inn i informasjonsmateriale.

I) Motivasjonsarrangement (påfyll), ultimo januar 2020

Også vurdere oppstart av aktuelle nye arbeidsgrupper (om dette skal gjerast no eller litt seinare):

8) Marknadsføring i vid forstand.

9) Utstillingslokale for lokal kultur og historie. Gruppa skal definere dei viktigaste historiske og kulturelle hendingane/aspekta, og lage eit enkelt utstillingslokale for dette. Det kan vere poster-basert, og eventuelt vere lagt opp til aktivitetar, og/eller ha utstilling av gamle ting.

10) Løyper til turistane – ulike løyper der dei kan sjå og oppleve ulike ting. Sykkelløype Ortnevik-Strendene. Gå-løyper i Ortnevik – folk må definere kva dei meiner har størst verdi å prioritere. Dette bør vere utkome av arbeidet i gruppe 2-4. Ikkje gløyme at dette skal inn i brosjyrar i ulike former.

J) Fellesmøte, mars 2020

Siste del av gruppearbeid skal organiserast: fysisk bygging av utstillingslokale, QR-kodar og brosjyrar, setje opp skilt som folk kan finne punkt i løypene, andre behov ein har identifisert før, og som må gjerast om våren (benkar, rydding, blomster mv). Andre tiltak for å få folk til å føle seg velkomne til bygda? Sommararrangement? Fokus på kai-området då dette for nesten alle er første møte med bygda. Planlegge eventuell bemanning for sommarsesongen, dersom behov.

K) Arrangement/lansering: Velkommen til Ortnevik! Ultimo mai 2020

L) Juni – august 2020: bygdefolk fokus på gjennomføring. Prosjektgruppe: møtepunkt redusert til ein gong per veke juni-medio august. Hovudfokus på innhenting av informasjon via observasjonar og samtaler i denne perioden.

M) Medio august – medio september 2020: slutføring og overlevering av prosjektfunn

som er sett inn i eit system som gjer at prosjektet kan rulle og gå på ubestemt tid. Det essensielle her er at det skal vere enkelt å halde fram med arbeidet, sjølv om ein har vore gjennom første runde, gjennom evaluering og identifisering av nye tiltak. Her skal vi òg avvikle evalueringsmøte i bygda, og velje deltakarar til å bidra til sluttrapport.

Seinast 15 september 2020:

levering av prosjektet, til fylkeskommunen og til lokalsamfunnet (Ortnevik).

Målgrupper

Den fremste målgruppa er innbyggjarar som i fellesskap ynskjer å gjere ein innsats for at lokalsamfunnet skal bli ein attraktivt stad å bu og besøkje.

Andre målgrupper er kommunar og næringshagar som ynskjer å tilretteleggje for slik utvikling, samt andre offentlege og private aktørar som treng dette verktøyet for å enklare kunne stimulere til lokalsamfunnsutvikling og entreprenørskap (til dømes fylkeskommunane).

Andre døme på relevante målgrupper er næringsdrivande som opplever utfordringar med å sikre stabil arbeidskraft fordi det er lite utvikling eller aktivitet i lokalsamfunnet.

Resultat

Vi vil ha to hovudresultat:

Det eine er eit utviklingsprosjekt som er godt i gang, i bygda Ortnevik. Vi viser her til detaljert omtale av aktivitetane i prosjektet. Ut av desse skal komme nye tilbod innan overnatting, mat og opplevingar. Vidare skal arbeidet resultere i ein etablert struktur for vidare innsats mot dei nedfelte måla.

Vi forventar at det i perioden blir etablert nye tilbod til fastbuande og turistar, innan overnatting, opplevingar, mat, trivselstiltak og informasjon. Det vil dessutan bli etablert strukturar for dialog og samhandling.

Det andre hovudresultatet er eit konkret og utprøvd opplegg som inneheld det nødvendige av materiell kunnskap, metode og prosess, til å setje innbyggjarane i lokalsamfunn i stand til å raskt komme i gang med lokalsamfunnsutvikling, samt å drive kontinuerleg utvikling over tid.

Dette opplegget vil vere eit ferdig verktøy til bruk for andre innbyggjarar som vil drive tilsvarande lokalsamfunnsutviklingsprosjekt.

Effekter

Opplegget vårt vil skape ei ny dialogform i lokalsamfunnet. Gamle strukturar som tidlegare har vore til hinder for dialog og samhandling, vil bli bygde ned. Ein vil dessutan tenkje på og sjå lokalsamfunnet sitt på ein annan måte enn tidlegare, og ein vil ta i bruk nyerverva kunnskap om reiselivsutvikling, om kulturminner, stadnamn og historier, om kommunikasjon, marknadsføring og teknologiske løysingar, og om nyskaping.

Kunnskapen om kva som er viktig for å få til nyskaping vil saman med oppnådde resultat, gje sjølvtilit og inspirasjon til å halde fram med å bruke ressursane ein sit på, og å identifisere fleire enn dei ein allereie har identifisert.

Det at ein har etablert arenaer for dialog og samhandling, vil føre til at lokalsamfunnet har dei nødvendige strukturelle føresetnadene for å drive nyskaping over tid. Det blir meir meningsfylt å ta vare på lokal kultur og historie, når dette ikkje berre handlar om ein sjølv, men om at det er noko som andre verdset så høgt at det kan kommersialiserast gjennom målretta kulturbasert reiselivsutvikling.

Slike endringar gjer at folk i større grad enn før, ynskjer å bli buande i lokalsamfunnet, besøkje det, eller flytte dit, fordi det skaper trivsel, stoltheit, arbeidsplassar og sosiale arenaer. Dette er avgjerande element for at folk skal bli buande i lokalsamfunna. Å sikre grunnlaget for busetnad i lokalsamfunna våre, er det overordna målet med tiltaka innan nærings- og samfunnsutvikling.

Avgjerande for måloppnåinga er at mange nok av dei som bur i lokalsamfunnet ser verdien av det å gjere noko for å sikre det framtidige grunnlaget for lokalsamfunnet. Dette kan ein ikkje vite på førehand, sjølv om ein har signal om at denne føresetnaden er der.

Vi har valt å nytte kulturminner som tilnærming. Forutan at det er ei svært relevant tilnærming, har vi valt den fordi vi trur den senkar terskelen for å klare å få til noko relevant, òg det gjerne allereie i tidleg fase. Men det er ei viss usikkherheit kring om tilnærminga fungerer slik vi trur.

Eit aspekt her er usikkerheita knytta til det å få folk til å ta inn over seg at dei sit på store verdiar, og kva desse kan brukast til. Det å klare å sjå garden og tunet sitt, samt nærområdet, på ein heilt annan måte enn før, kan ta tid, og dessutan vil det nok vere nokon som meiner det ikkje har noko for seg å drive med lokalsamfunnsutvikling på denne måten.

Vi er rimeleg sikre på å nå måla vi har sett oss. Det som er mest usikkert, er kor mykje nyskaping ein klarer å gjennomføre i løpet av den relativt korte prosjektperioden. Truleg vil ein del av nyskapinga vere påbegynt, men ikkje fullført, innan prosjektet er omme. Vi har likevel valt å korte ned prosjektperioden, då vi forstod det dit hen at dette var viktig, og då vi meiner at nedkortinga ikkje representerer ei vesentleg utfordring for det som skal leverast.

Tids- og kostnadsplan

Tidsplan

Vi har teke dette med under aktivitetar, då dette er eit kortvarig prosjekt og det likevel var naudsynt å gjere omtalen av aktivitetane noko detaljert.

Kostnadsplan

Tittel	2019	2020	2021	2022	2023	SUM
Andre kostnader knytt til marknadsføring		50 000				50 000
Arbeid med observasjon og dokumentasjon	70 000	80 000				150 000
Arbeide i arbeidsgrupper, praktisk støtte	50 000	50 000				100 000
Finne og kvalitetssikre bilder og grafikk, brosj.	10 000	60 000				70 000
Følgje opp konkrete idear, individuell basis	40 000	60 000				100 000
Innarbeide kompetansedeler i leveransen		50 000				50 000
Innarbeide kulturminnedelen i endeleg leveranse		50 000				50 000
Innhenting og implementering av rett kompetanse	50 000	20 000				70 000
Kostn. til fysisk matr, lisensar, arrangement	10 000	40 000				50 000
Kvalitetssikre leveransen, delvis ekstern hjelp		100 000				100 000
Lage heimesider	20 000	80 000				100 000
Lage kommunikasjons- og marknadsføringsplan	100 000					100 000
Legitimitet, oppfølgi, støtte, ordførar/rådmann	10 000	10 000				20 000
Møteaktivitet og for- og etterarbeid	50 000	80 000				130 000
Planlegging, gjennomføring mm, fellesmøta	30 000	40 000				70 000
Revidere og innarbeide komm/marknadsf.plan		100 000				100 000
Utarbeide konkretisert framgangsmåte	20 000					20 000
Utarbeide struktur for endeleg leveranse	30 000	40 000				70 000
Utvikle opplegget med bruk av kulturminner etc	200 000					200 000
Sum kostnad	690 000	910 000				1 600 000

Med "endeleg leveranse" meiner vi opplegget vi leverer til slutt.

Finansieringsplan

Tittel	2019	2020	2021	2022	2023	SUM
---------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	------------

Eigeninnsats Høyanger kommune	260 000	130 000	390 000
Eigeninnsats samarbeidspartnerar	180 000	230 000	410 000
Tilskot til nærings- og samfunnsutvikling 2019	250 000	550 000	800 000
Sum finansiering	690 000	910 000	1 600 000

Med "endeleg levering" meiner vi opplegget vi leverer ved prosjektslutt.

Geografi

1416-Høyanger

Vedleggsliste

Dokumentnavn	Filstørrelse	Dato