

Attraktive Nordmøre

Forord

Nordmøre som region har en unik sammensetning av ressurser og potensial som legger grunnlaget for fremtidig suksess. Likevel er dette potensialet avhengig av strategisk samarbeid mellom fylket, kommunene og næringsutviklere. Gjennom et effektivt samarbeid kan vi legge til rette for en bærekraftig vekst i den nordligste delen av fylket.

Prosjektet "Attraktiv Nordmøre" representerer et viktig første skritt i denne retningen. Dette forprosjektet har systematisk sett på ulike faktorer og tiltak som er nødvendige for å fremme vekst og utvikling i regionen. Det har identifisert nøkkelpunkter og strategier som må tas i betraktning for å sikre en vellykket fremtidig utvikling.

En sentral oppgave for et forprosjekt er å etablere en prioritert liste over tiltak. Dette inkluderer å vurdere hvilke tiltak som vil gi størst positiv effekt med minst mulig innsats, samt å identifisere hvilke tiltak som er avhengige av hverandre og deres rekkefølge. Dette vil legge grunnlaget for en koordinert og effektiv implementering av tiltakene.

Det er også viktig å rette fokus mot temaer som krever lengre tid og ressurser å gjennomføre. Dette kan omfatte infrastrukturprosjekter, utdanningsinitiativer, og andre langsiktige strategier for å styrke regionens konkurransekraft og attraktivitet.

Videre må dette forprosjektet være et springbrett for fremtidige initiativer. Det må legge grunnlaget for et større og mer omfattende prosjekt som tar sikte på å bygge en sterkere og mer levedyktig region. Dette krever kontinuerlig engasjement, ressurser og et klart fokus på felles mål.

Samlet sett har Nordmøre potensial til å blomstre som en attraktiv og bærekraftig region. Men dette kan bare oppnås gjennom målrettet samarbeid og strategisk handling. Med rapporten "Attraktiv Nordmøre" som et første skritt, kan vi legge grunnlaget for en lysere fremtid for hele regionen.



Ole Jonny Rugset

Daglig leder,

Kristiansund og Nordmøre Næringsforum

Kristiansund, våren 2024

Attraktive Nordmøre

Forprosjektet «Attraktive Nordmøre» er initiert av Kristiansund og Nordmøre Næringsforum (KNN), og tar sikte på å utføre et forprosjekt med mål om å samle kunnskap, kartlegge, og analysere strategiske satsingsområder for å fremme varig vekst i vår region. Vår visjon er å øke attraktiviteten for både bosetting og næringsliv, i håp om å tiltrekke nye innbyggere til Nordmøre.

Dette forprosjektet har mottatt støtte og prosjektmidler fra flere viktige aktører, inkludert Møre og Romsdal fylkeskommune (Sak 162685/202), Kristiansund kommune (Sak 21/040954) og Tingvoll kommune.

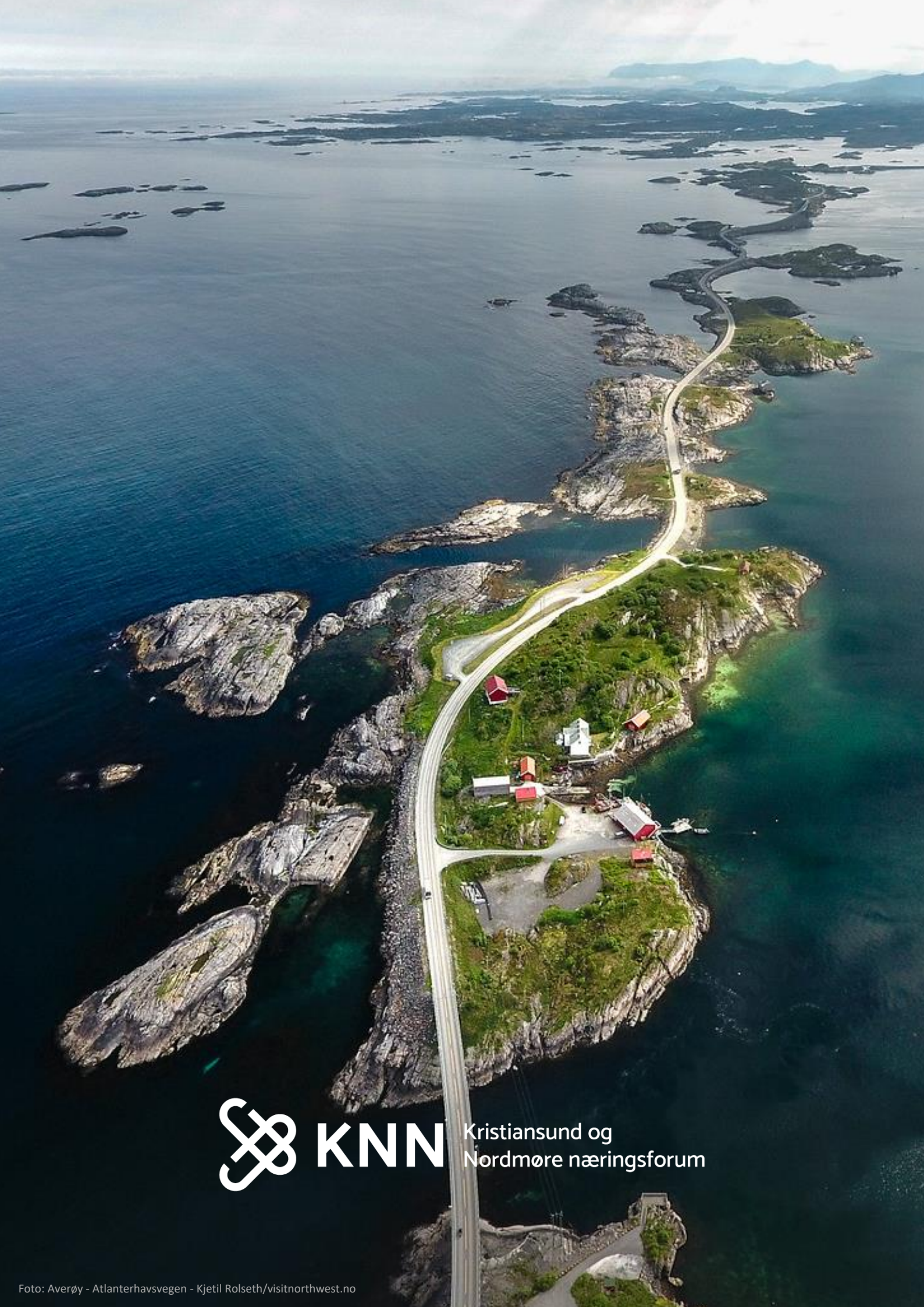
Hovedmålet for dette forprosjektet er å se allsidig på hva som skal til for å skape vekst på Nordmøre og hvilke tiltak som må settes i gang for å oppnå det. Vi vil også legge grunnlaget for mer målrettet samarbeid innenfor Kristiansund og hele Nordmøre-regionen, med sikte på å realisere vårt felles vekstpotensial.


I rapporten «**Næringsvekst og bærekraft**» utforsker vi mulighetene for en bærekraftig næringsvekst i regionen, med fokus på en bærekraftig fremtid. Rapporten vil dykke ned i aspekter som påvirker næringslivet på Nordmøre, inkludert rammevilkår, infrastruktur og samferdsel, digitale løsninger, kraft og nett, virkemiddelapparatet, samt rollen til både fylkeskommunen og kommunene i næringspolitikken. Videre vil vi også se på spørsmål knyttet til bærekraft og klima, identifisere vekstnæringer som er relevante potensielt for Nordmøre.

I «**Regionbyen Kristiansund**» har vi sett på hvilke tiltak som kan gjøres for at regionsenteret Kristiansund skal bli mer attraktivt, og et sterkere og bli førstevalget for både Kristiansundere, Nordmøringer og tilreisende.

I rapporten «**Hvordan sikre kompetanse til næringslivet på Nordmøre?**» retter vi søkelys mot det tredje delområdet i forprosjektet "Attraktive Nordmøre," nemlig kompetanse. Her vil vi undersøke kompetansebehovet i regionen og identifisere konkrete tiltak for å forbedre tilgjengelig kompetanse innenfor næringslivet.

I rapporten «**Omdømme**» undersøker viktigheten av et sterkt omdømme når det gjelder å tiltrekke seg nye innbyggere og investeringer i Nordmøre-regionen. Regionen har mye å by på, med sin vakre natur, rike historie og varierte kulturliv. Likevel er det nødvendig å øke synligheten og forbedre omdømmet for å realisere sitt fulle potensiale. I denne rapporten vil vi først gi en grundig introduksjon til begrepet omdømme og dets betydning for stedsutvikling. Deretter vil vi presentere en situasjonsbeskrivelse av omdømmet til Nordmøre og Kristiansund, basert på en grundig undersøkelse gjennomført av Respons Analyse i november 2022. Gjennom denne undersøkelsen har vi fått verdifull innsikt i hvordan regionen blir oppfattet av både innbyggere og potensielle interessenter.



 **KNN** Kristiansund og Nordmøre næringsforum

Næringsvekst og
bærekraft
på
Nordmøre 2023

Innhold

1	Bakgrunn og formål.....	3
2	Næringslivet på Nordmøre	4
3	Rammevilkår for næringslivet.....	7
	Infrastruktur og samferdsel.....	8
	Digitale løsninger	9
	Kraft og nett.....	9
4	Virkemiddelapparatet	10
	Fylkeskommunens og kommunens rolle i næringspolitikken	12
5	Bærekraft og klima	13
6	Vekstnæringer i Norge	14
7	Vekstpotensial Nordmøre	17
8	Veien videre	18
	Konkrete tiltak KNN kan følge opp sammen med sine samarbeidspartnere.....	18

Rapportnavn: Næringsvekst og bærekraft på Nordmøre 2023

Prosjektleder: Tove Åstasund Iversen

Arbeidsgruppen har bestått av: Tove-Lise Torve (SUNS), Ann-Mari Rovik (Norsea Vestbase), Tommy Veбенstad (Multi Marine) og Eirik Kanck (UN Global Compact)

1 Bakgrunn og formål

Forprosjektet «Attraktive Nordmøre», initiert av Kristiansund og Nordmøre næringsforum (KNN), og tar sikte på å utføre et forprosjekt med mål om å samle kunnskap, kartlegge, og analysere strategiske satsingsområder for å fremme varig vekst i vår region. Vår visjon er å øke attraktiviteten for både bosetting og næringsliv, i håp om å tiltrekke nye innbyggere til Nordmøre.

Dette forprosjektet har mottatt støtte og prosjektmidler fra flere viktige aktører, inkludert Møre og Romsdal fylkeskommune (Sak 162685/202), Kristiansund kommune (Sak 21/040954) og Tingvoll kommune.

Hovedmålet for dette forprosjektet er å se allsidig på hva som skal til for å skape vekst på Nordmøre og hvilke tiltak som må settes i gang for å oppnå det. Vi vil også legge grunnlaget for mer målrettet samarbeid innenfor Kristiansund og hele Nordmøre-regionen, med sikte på å realisere vårt felles vekstpotensial.

Prosjektet er inndelt i fire viktige delområder:

1. Næringsvekst og bærekraft - vi vil utforske mulighetene for bærekraftig næringsvekst i regionen, med fokus på en bærekraftig fremtid.
2. Regionbyen Kristiansund - Kristiansund som regionby vil bli nøye vurdert, med tanke på hvordan byen kan bidra til å drive vekst i Nordmøre som helhet.
3. Kompetanse - vi vil analysere kompetansebehovet i regionen og identifisere tiltak for å styrke kompetansen tilgjengelig i næringslivet.
4. Omdømme - for å tiltrekke nye innbyggere og investeringer er et sterkt omdømme avgjørende. Vi vil jobbe med å styrke regionens omdømme og øke synligheten.

I denne rapporten fokuserer vi på det første delområdet i forprosjektet "Attraktive Nordmøre," nemlig Næringsvekst og bærekraft. Vi vil utforske mulighetene for bærekraftig næringsvekst i regionen, med fokus på en bærekraftig fremtid.

Rapporten vil dykke ned i aspekter som påvirker næringslivet på Nordmøre, inkludert rammevilkår, infrastruktur og samferdsel, digitale løsninger, kraft og nett, virkemiddelapparatet, samt rollen til både fylkeskommunen og kommunene i næringspolitikken. Videre vil vi også se på spørsmål knyttet til bærekraft og klima, identifisere vekstnæringer som er relevante potensielt for Nordmøre.

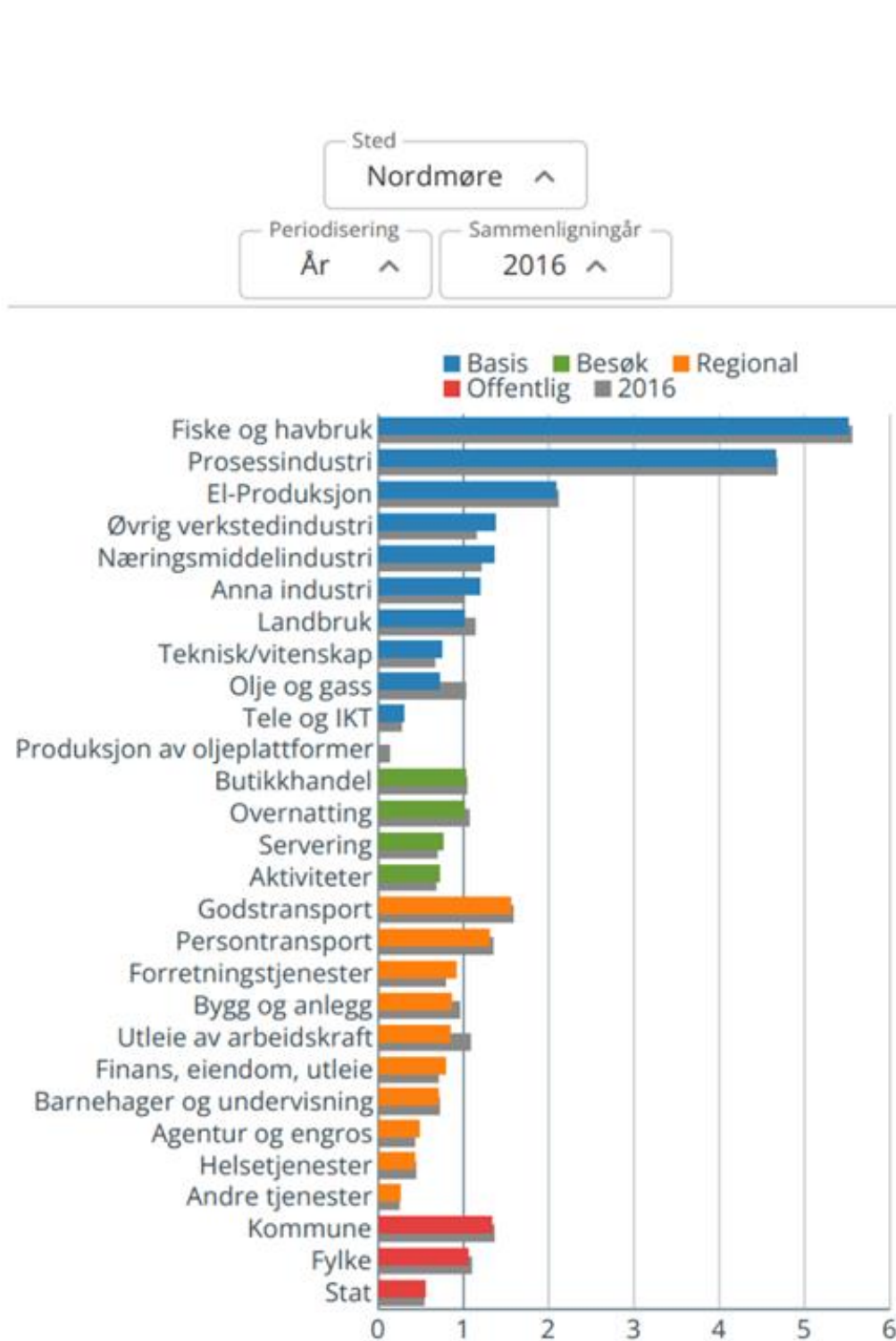
Til slutt vil vi se på konkrete tiltak som KNN, i samarbeid med sine partnere, kan utføre for å støtte opp under og realisere målene satt frem i denne delrapporten. Dette vil inkludere initiativer som har som mål å fremme bærekraftig næringsvekst og styrke Nordmøre som en attraktiv region for både eksisterende og potensielle næringsaktører.

2 Næringslivet på Nordmøre

Nordmøre er en region i Møre og Romsdal fylke som består av åtte kommuner med en samlet befolkning på omtrent 54 820 (2023). Regionen strekker seg over et område på litt over 6 000 kvadratkilometer og består av både byer, tettsteder og landlige områder.

Kristiansund er regionhovedstaden på Nordmøre og har en befolkning på omtrent 24 404 (2023). Byen utgjør et viktig nav og på mange måter en livsnerve i regionen. Kristiansund er kjent for sin rike historie og kulturarv, spesielt innen fiskeindustrien og klippfiskproduksjon. Byen er også kjent for sin beliggenhet ved havgapet og er et populært reisemål for turister som ønsker å oppleve den vakre kystnaturen i området.

Næringslivet på Nordmøre er dominert av prosessindustri, fiske og havbruk. Sammenlignet med resten av landet har regionen også en høyere andel av bransjene el-produksjon, øvrig verkstedindustri, næringsmiddelindustri og annen industri. Videre står også basisnæringene sterkt i regionen.



Figur 1.2.5 Lokaliseringskvotienter i 2020 (snitt for de fire kvartalene) for ulike bransjer (kun private) i Nordmøre sammenliknet med starten av 2016.

Kilde: Telemarksforskning

Folketallet på Nordmøre har vokst i den siste tiårsperioden, til tross for en nedgang i de fem siste årene. Det var særlig høy nettoinnvandring som sørget for vekst i folketallet i regionen fram til 2016. Etter at innvandringen har avtatt har regionen også fått nedgang i folketallet¹.

¹ Telemarksforskning: Regional analyse for Nordmøre 2021, lest 27.02
<http://www.telemarksforskning.no/publikasjoner/regional-analyse-for-nordmore-2021/3963/>

Videre er det er en økning i andelen eldre og en nedgang i andelen unge i regionen. Framskrivninger viser at befolkningen vil øke moderat i årene som kommer, men at det er forventet en fortsatt aldrende befolkning. Dette i kombinasjon med færre fødsler, gjør det nødvendig med netto tilflytting skal regionen unngå videre befolkningsnedgang.

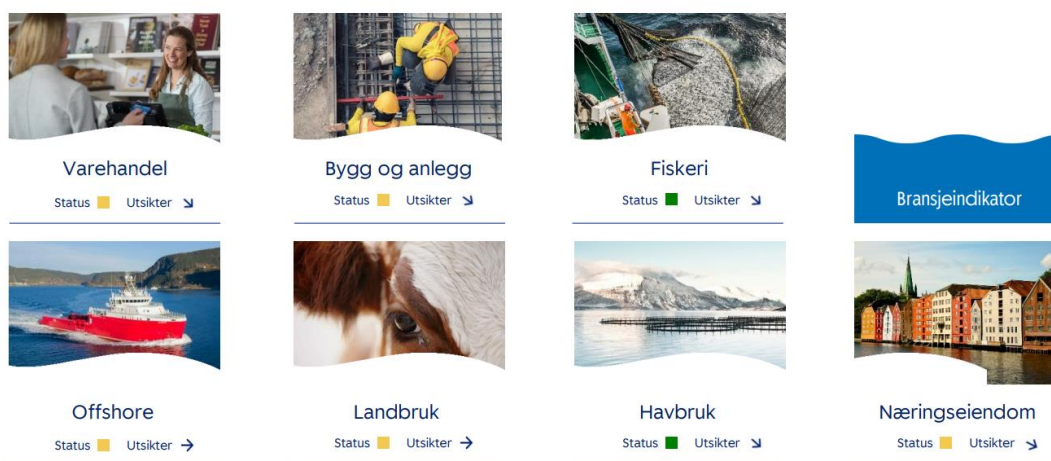
Med unntak av 2020, har utviklingen i antall arbeidsplasser i regionen har vært mye svakere enn i resten av landet, og dette har også påvirket tilflyttingen. Det har vært vekst i antall arbeidsplasser i offentlig sektor, men veksten har vært mye lavere enn i resten av landet. I næringslivet har antall arbeidsplasser gått ned. Til tross for dette er flyttetallene bedre enn forventet.

Spådommen til Telemarksforskning er at folketallet på Nordmøre sannsynligvis reduseres frem mot 2040. Samtidig pekes det på at denne utviklingen kan bremses ved hjelp av å skape positiv attraktivitet for næringsliv og bosetting. Bildet er derfor ikke bare dystert, men det krever noen aktive grep for å motarbeide den fremskrevne utviklingen.

Sparebank 1 Nordmøres Konjunkturbarometer 2022 viste at 2021 ble et godt år for næringslivet i Midt-Norge. Regnskapsanalysen for de 15.000 største bedriftene viser høy vekst (11,2 prosent) og god lønnsomhet (8,8 prosent i driftsmargin)

Økt rente- og skattetrykk kombinert med høy inflasjon preger bildet

Usikre vekstutsikter og nedjusterte fremtidsutsikter for flere bransjer



Kilde: Bransjeindikator 2. halvår 2022

Men optimismen snudde i 2022. «Optimismen blant midtnorske bedriftsledere har ikke vært lavere siden finanskrisen i 2008, med unntak av koronaens utbrudd i mars 2020. Det viser Sparebank 1s forventningsundersøkelse.», skriver Sparebank 1 i sin rapport. Bedriftene venter at sterk pris- og kostnadsvekst, høyere renter og færre nye oppdrag fra offentlig sektor i starten av 2023.

3 Rammevilkår for næringslivet

Økt verdiskaping de seneste tiårene har bidratt til velstandsvekst for det brede lag av Norges befolkning. For å opprettholde nivået på produksjon, sysselsetting og verdiskaping er næringslivet avhengig av gode og stabile rammevilkår. Verdiskaping skjer i privat næringsvirksomhet, i offentlig og frivillig sektor og av den enkelte på fritiden, når det som produseres eller skapes har større verdi enn hva det i vid forstand koster å produsere produktet eller tjenesten.

Næringslivet forholder seg til mange ulike markeder. I en markedsøkonomi konkurrerer bedriftene med hverandre om arbeidskraft, kapital, energi og innsats av andre varer og tjenester. Innenfor hver næring konkurrer bedrifter dessuten med hverandre på produksiden. Konkurransen om innsatsfaktorer og produkter foregår i norske og i internasjonale markeder.²

Distriktskommuner har en bransjesammensetning ulik sammensetningen i mer sentrale strøk og står overfor en konkurransesituasjon som skiller seg fra resten av landet. Næringslivet i distriktskommuner må i noen tilfeller forholde seg til andre, og ofte mindre, lokale markeder. Samtidig må deler av næringslivet i distriktene forholde seg til store globale markeder. Dette gjelder blant annet maritim industri, fiskeri og havbruk og prosessindustri.

Effektiv konkurranse mellom bedrifter bidrar til effektiv ressursbruk. Velfungerende konkurranse fører til at mindre produktive virksomheter avvikles og erstattes av mer effektive virksomheter.

En av hovedutfordringene for bedriftene i Distrikts-Norge er **tilgang til arbeidskraft** med relevant kompetanse. Dette punktet beskrives i detalj også i KNNs Konjunkturanalyse for 2023.

Velfungerende finansmarkeder er i en moderne økonomi en forutsetning for næringslivet. Finansmarkedet gir bedrifter og privatpersoner mulighet til å finansiere lønnsomme investeringer. Hvis finansmarkedene ikke fungerer godt, kan det blant annet bli vanskeligere for aktører med lite kapital, men med gode prosjekter å gjennomføre lønnsomme investeringer.

Norsk næringsliv og økonomi er ofte tjent med en god og **stabil finans- og pengepolitikk**. Store svingninger i økonomien eller stor usikkerhet som følge av uansvarlig politikk, gjør det krevende for næringslivet å drive langsiktig planlegging. En god og balansert finans- og

² **NOU 2020: 12** Kapittel 6 Næringslivets betydning for levende og bærekraftige lokalsamfunn

pengepolitikk reduserer risiko, styrker den internasjonale konkurranseevnen og letter bedriftenes investeringsbeslutninger.³

Norge er en liten, åpen økonomi, og er avhengig av handel med andre land. Handel frikobler produksjon og forbruk, og dermed får et land mulighet til å konsumere andre varer enn de varene landet produserer selv. Eksportinntekter muliggjør import av varer som landets innbyggere etterspør. Dette muliggjør i sin tur arbeidsdeling og spesialisering, samtidig som konsummulighetene bedres. I tillegg sprer handel teknologi og kunnskap, slik at alle land kan utnytte ressursene sine mer effektivt.

Infrastruktur og samferdsel

En godt utbygd transportinfrastruktur gir grunnlag for verdiskaping i hele landet⁴. Transportinfrastruktur er for eksempel veier, flyplasser, havner. Og en velfungerende infrastruktur gir næringslivet tilgang til markeder for arbeidskraft, underleverandører og kunder, og befolkningen tilgang til arbeidsplasser, varer og tjenester.

Bedriftenes lokaliseringbeslutninger vil normalt avspeile kostnader og markedstilgang, det vil si tilgang til nødvendige innsatsfaktorer og kunder. I tillegg har ulike næringer en tendens til å samlokalisere seg med like, konkurrerende virksomheter, og/eller kunder og underleverandører, i næringsklynger. Det kan gi stordriftsfordeler i produksjon, innkjøp og i tilbudsutforming. Det kan også gi fordeler ved at man får en opphopning av spesialisert kompetanse som kan være til nytte utenfor den enkelte virksomhet. Konkurranse og samhandling mellom virksomheter i en næringsklynge kan bidra til økt produktivitet og innovasjonsevne.

Dette ser vi også flere plasser på Nordmøre. Etablering av næringsparker som Melkvikan på Dale, handelssenter på Løkkemyra, øko-park på Tingvoll og industriparker på Sunndalsøra og Surnadal gir mereffekter for næringslivet.

Flere arbeidstakere på Nordmøre pendler også i forbindelse med jobben. Og mange bedrifter har ansatte fra flere kommuner. Derfor er ferge, vei og fly-tilbud viktig for næringslivet.

Menon har undersøkt veiinvesteringer vs næringslivets verdiskaping og arbeidstakeres ønske om pendling. Menon (Ulstein et al., 2014) indikerer at størst effekt er veiutbygginger som binder sammen kommuner til ett funksjonelt arbeidsmarked (Eiksundsambandet og E18 Kristiansand–Grimstad). Sistnevnte gir lokalt næringsliv bedre tilgang på innsatsfaktor og kunder, samt bedre konkurranse- og samhandlingsforhold i det lokale næringslivet.

³ **NOU 2020: 12** Næringslivets betydning for levende og bærekraftige lokalsamfunn

⁴ **NOU 2020: 12** Næringslivets betydning for levende og bærekraftige lokalsamfunn

Samtidig viste undersøkelsen at det finnes en maksimal pendlertid som arbeidstakere er villige til å akseptere. Dette stemmer overens med resultater fra TØI som estimerer at sannsynligheten for pendling går mot null ved at reisetid med bil er over 60 minutter.

Digitale løsninger

God infrastruktur innebærer også tilgang til velutbygd digital infrastruktur med høy kapasitet. Investeringer i denne infrastrukturen gir bedre kommunikasjon, raskere levering av tjenester og gir grunnlag for nye arbeidsformer og samarbeidsrelasjoner som kan øke produktiviteten i næringslivet.

Digitalisering styrker næringslivets konkurransevne, gir tilgang til globale markeder og gir mulighet for økt produktivitet i hele samfunnet. Utbygging av bredbånd i store deler av landet har muliggjort fjernarbeid og gitt lavere transportkostnader. I tillegg til mer effektiv drift og økt produktivitet, har digitalisering gitt bedriftene nye markeds plasser, både nasjonalt og internasjonalt. Utbygging av 5G-nettet kan gi muligheter for økt produktivitet i flere distriktsnæringer, og sikre at teknologi som allerede eksisterer, kan utnyttes bedre.

Kraft og nett

Nesten alle viktige samfunnsoppgaver og samfunnsfunksjoner er avhengige av et velfungerende kraftsystem med pålitelig strømforsyning, og strømmettet er en helt sentral del av infrastrukturen i ethvert moderne samfunn.

Næringslivet på Nordmøre har et ønske om vekst og utvikling, og spørsmålet om kraftforsyningen til Nordmøre har engasjert næringslivet i området over lang tid. Tilgang til kraft er avgjørende for å skape arbeidsplasser i området og for at vi skal lykkes med omstilling og tilrettelegging for ny bærekraftig industriutvikling.

Analyser fra Statnett viser at vi vil få et betydelig kraftunderskudd inn mot 2030. I Møre og Romsdal har vi per i dag et forbruk på 1 400 MW, mens forbruksveksten som forventes er på hele 2000 MW. Det forventes altså en forbruksvekst på 1,5 ganger dagens forbruk i Møre og Romsdal.

4 Virkemiddelapparatet

Menon Economics (2015a) har utredet hvorvidt det er faglig grunnlag **for næringsrettede virkemidler rettet mot distriktene**, ut fra begrunnelsen om at noen former for markedssvikt er mer framtreddende i distriktsområder enn i sentrale strøk. For at markedssvikt skal kunne begrunne distriktsrettede virkemidler med geografiske føringer, må markedssvikten være stedsspesifikk.

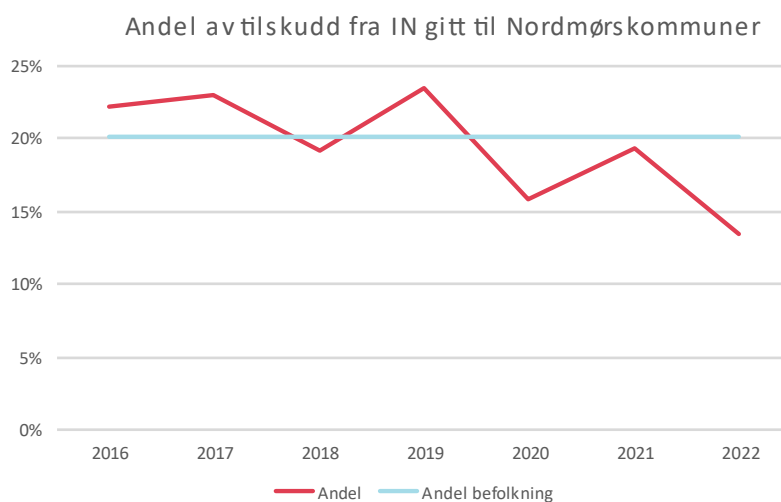
Avstand til kunder, markeder og arbeidskraft er en kostnad for næringslivet i distriktene, særlig for mindre bedrifter. I noen tilfeller er avstanden til mulige samarbeidspartnere, FoU-aktører, leverandører eller mulige kunder så lang at kostnadene ved å finne og utvikle relasjoner og nettverk blir for store. Det kan føre til at bedriftenes evne til å utvikle nettverk og klynger varierer mellom deler av landet (Menon Economics, 2015a). På Nordmøre har vi blant annet Ocean Network, Nordmøre Fiskebåt, Møreforskning, IT Forum Kristiansund, KNN og flere klyngesamarbeid som bidrar til større samarbeid og utvikling blant bedrifter.

Andre sentrale virkemiddelaktører er:

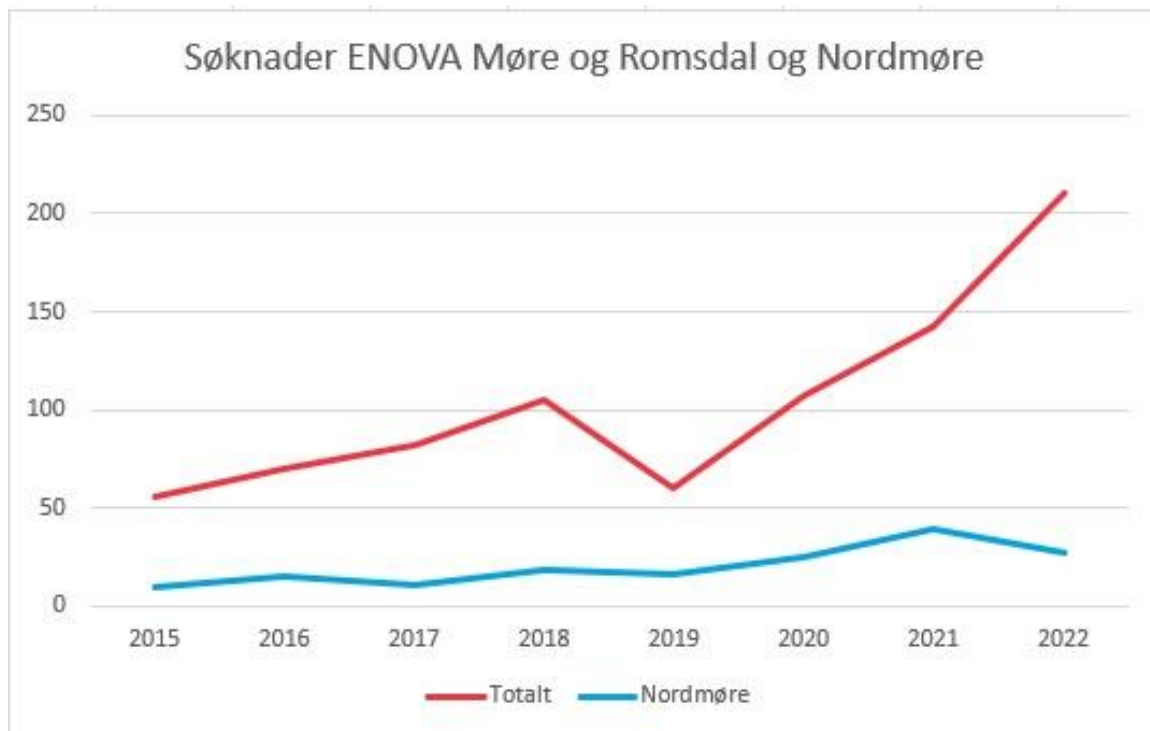
- Innovasjon Norge
- Enova
- Eksfin Norge
- Siva – Selskapet for industrivekst
- Norges forskningsråd

Når man ser på bruk av virkemiddelapparatet på Nordmøre så viser tallene fra Innovasjon Norge Kristiansund at tilskuddene til Nordmøre har gått ned de siste 5 årene:

Andel av tilskudd i fylket gitt til bedrifter på Nordmøre



Tall fra ENOVA viser også at antall søknader innvilget totalt sett har økt fra 2015 til 2022, men antall innvilgede søknader fra Nordmøre har flatet ut i samme periode.



Når man deler inn i antall vedtak pr kommune på Nordmøre fra 2015 til 2022 ser man store forskjeller mellom kommunene.

Menon Economics (2015a) skriver at i Midt- og Nord-Norge bruker bedriftene virkemiddelapparatet relativt sett mer enn i andre landsdeler. Næringslivet i fylker med lav sentralitet bruker virkemiddelapparatet i større grad enn næringslivet i fylker med høy sentralitet.

Et annet eksempel er at i 2019 gikk 18,2 prosent av Skattefunn-midlene til bedrifter i distriktene. Tildelinger til *sjømat og marine næringer*, utgjorde 12,5 prosent av total-beløpet og skiller seg særlig ut sammenlignet med bevilgninger til alle distriktsnæringene, men også tildelinger til næringer i resten av landet. Hele 57 prosent av tildelingene til sjømat og marine næringer gikk til distriktene.

Støtteordninger er også med på å påvirke næringslivets rammevilkår. Støtte til privat næringsliv i distriktene kan bedre effektiviteten i økonomien dersom støtten motvirker en form for markedssvikt. Disse markedssviktene kan omfatte manglende tilgang på innsatsfaktorer, synergier som ikke blir utnyttet, avstandsulempere og andre geografiske forhold. Ved å motvirke disse ulempene, kan offentlige støtteordninger i noen tilfeller bidra til mer effektive markeder. Næringsstøtten kan ha mange former, fra rene tilskudd til reguleringer, reduserte skatter og avgifter eller skjerming fra utenlandsk konkurranse.

Fylkeskommunens og kommunens rolle i næringspolitikken

Fylkeskommunenes ansvar for nærings- og samfunnsutvikling i eget fylke ivaretas først og fremst gjennom tjenesteproduksjon, utviklingsinitiativer og virkemidler og samordning av ulike aktørers innsats i fylket.

Når det gjelder de statlige nærings- og distriktpolitiske virkemidlene, har fylkeskommunen to roller: forvalter av virkemidler og eier- og oppdragsgiver for bedriftsrettede virkemiddelaktører og virkemidler. Rollen som forvalter av distriktsrettede virkemidler og handlingsrommet for prioriteringer, er over tid betydelig redusert. Rollen som oppdragsgiver er noe styrket.

Kommunene er også en viktig bidragsyter til næringsutvikling og verdiskaping i hele landet. Det er store forskjeller mellom kommuner når det gjelder næringsutviklingsarbeid, men overordnet kan man si at det fortrinnsvis gjøres gjennom kommunenes roller som forvalter, tjenesteprodusent og entreprenør (Moen, 2011; Rønning, 2009).

Eksempel - det er etablert sertifiserte hoppid.no-kontorer i hele fylket der gründere får gratis rådgivning, tilbud om kurs og opplæring, råd om tilskudd og finansiering og hjelp med søknadsprosesser og nett-verksbygging. I tillegg legger hoppid.no til rette for oppskalering, knoppskyting i næringslivet og for entreprenørskap i skolen. På Nordmøre er det Vindel som bistår i dette arbeidet.

Samtidig viser en gjennomgang gjort av KNN januar 2023 at ikke alle kommuner på Nordmøre har en egen eller oppdatert næringsplan.

I Aure kommunes strategiske næringsplan 2018 – 2029 står det blant annet; *«Aure kommune skal – gjennom ei offensiv og positiv kommunal satsing og samhandling med næringslivet - framstå som en av de mest attraktive kommunene for bosetting og næringsetablering. På bakgrunn av nå-situasjon, analyser og ambisjoner fra kommune og næringsliv uttrykkes følgende hovedmål fram mot 2030 for Aure (kommunen): 300 nye arbeidsplasser og 300 nye innbyggere.»*

I Sunndal kommunes næringsplan for 2021-2025 står det at hovedsatsningene for kommunen er; *kommunen som tjenesteyter, Todalsfjordprosjektet, en attraktiv og mangfoldig kommune, et bærekraftig og variert næringsliv.* Surnadal kommune skriver i sin næringsplan 2021-2025 at; *«Målet er å halde på innbyggjarar som kjem til kommunen, og å tiltrekke seg nye. I mange vekstkommunar utanfor dei store byane har ikkje problemet dei siste åra vore mangel på arbeidsplassar, men mangel på kvalifisert arbeidskraft. Surnadal kommune ønsker å vera ein attraktiv og framoverlent kommune for næringslivet.»*

«Et stabilt, variert og verdiskapende næringsliv på naturens premisser» er hovedmålet for Smøla kommunes Strategisk Næringsplan (2011-2023). Kommunen ønsker:

- Et næringsliv bestående av bedrifter av ulik størrelse
Bedrifter med lang tradisjon og levetid på Smøla sammen med nyetablerte bedrifter
- Arbeidsplasser til personer med ulikt utdanningsnivå og kompetanse
Næringsliv med utgangspunkt i tradisjonell næring samt bedrifter innenfor nye fagområder.

5 Bærekraft og klima

Klodens klima er i endring, og det er bred politisk enighet om at omstilling er nødvendig både for å begrense endringene og tilpasse samfunnet til et endret klima.

Over 80 prosent av klimagass-utslippene i Norge er enten pålagt en avgift eller er omfattet av det felles europeiske kvote-systemet, som innebærer at bedrifter må ha en klimakvote for hvert tonn klimagasser de slipper ut (Klima- og miljødepartementet, 2019).

Klimautfordringene vil prege næringslivet fremover. Det er ikke opp til næringslivet å løse alle utfordringene, men vi trenger et bærekraftig næringsliv som tar ansvar i en globalisert økonomi for å bidra til reduserte utslipp og sikre naturmangfoldet.

Næringslivet i distriktene har spilt, og spiller fremdeles, en viktig rolle i omstillingen mot mer klimavennlig produksjon. Stadig flere bedrifter tar også bærekraft inn som en del av forretningsstrategien for å sikre fremtidig konkurransekraft.



Byggebransjen gjør også store kutt i sine utslipp, og et godt eksempel på dette er BetonMast Røsand. De mottok Klimasnuprisen 2022 fra Møre og Romsdal Fylkeskommune for sitt arbeid med Kårvåg Skole på Averøya og i samme periode bygger de også Campus Kristiansund - et fremtidsrettet miljøbygg med blant annet massivtre som hovedbærekonstruksjon. Prosjektet skal sertifiseres BREEAM-NOR Excellent.

Maritim næring har gjort store grep. Elektrifisering av skipsflåten foregår gjennom helelektriske fartøy, hybridskip og bruk av land-strøm. Til sammen har Enova innvilget nesten 580 millioner kroner i støtte til rundt 90 landstrøm-prosjekter langs hele kysten.

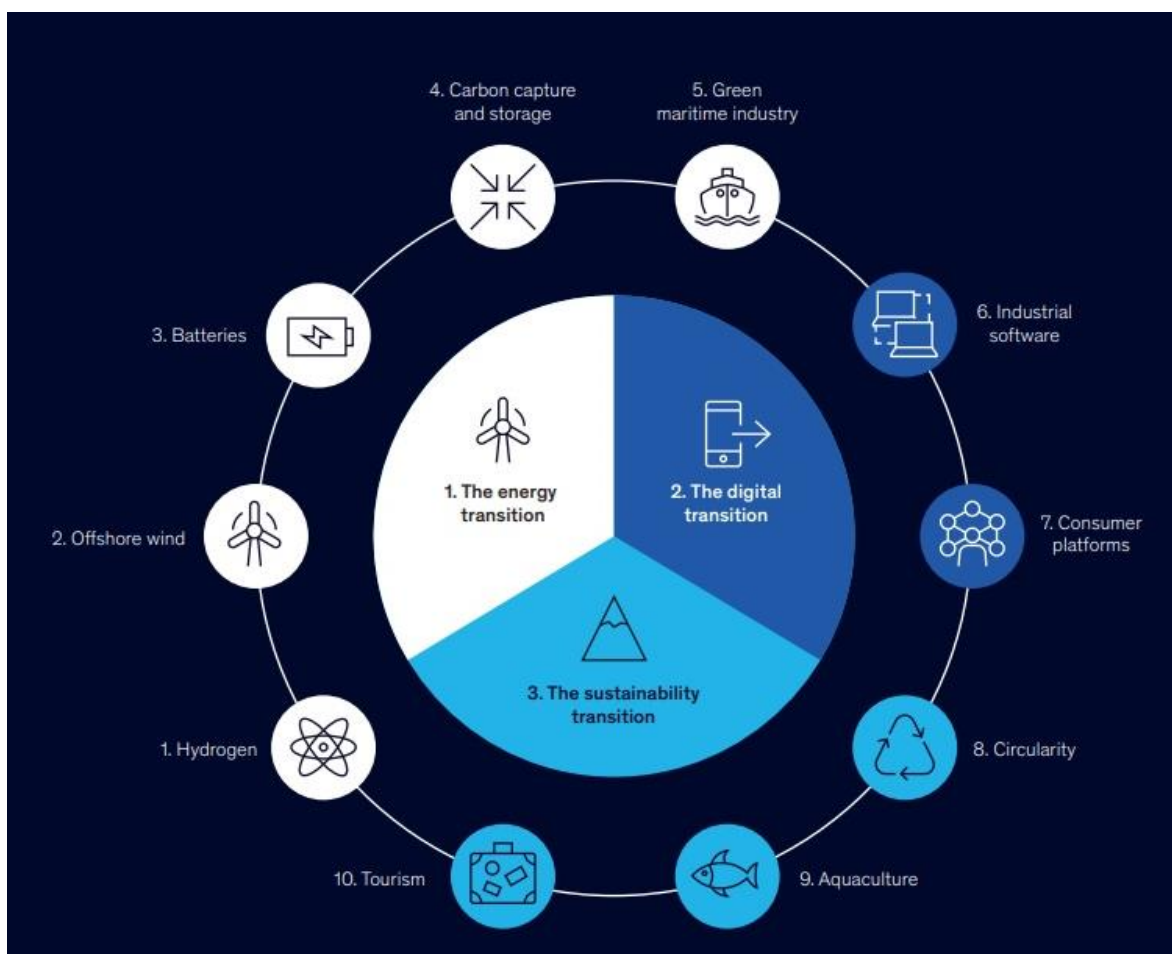
I Klimakur 2030 omtales jordbrukssektoren også som et område med et stort potensial for utslippskutt, det samme har transportsektoren.

6 Vekstnæringer i Norge

I rapporten «Norge i morgen» som ble lansert i 2022, peker McKinsey på ti næringer som kan bidra til grønn, bærekraftig og høyteknologisk omstilling i en fremtid hvor vi vil oppleve fallende inntekter fra olje og gass.⁵

Næringene rapporten fremhever er: Hydrogen, havvind, batterier, karbonfangst og -lagring, grønn maritim næring, industriell programvare, forbrukerplattformer, sirkularitet, havbruk og turisme.

⁵ [Ten opportunities for Norway | McKinsey](#)



De ti omtalte næringene har to kriterier til felles. Det ene er at Norge er unikt posisjonert for å ta en internasjonal lederrolle, det andre er at næringen kan gi et betydelig bidrag til nasjonal sysselsetting og verdiskaping.

Regjeringen la også frem et Veikart for grønt industriløft⁶ i 2020. Målet er å skape verdier og lønnsomme jobber i hele landet, øke de grønne investeringene, øke eksporten fra fastlandet og kutte klimagassutslipp hurtig på veien mot lavutslippssamfunnet.

I veikartet peker regjeringen på syv innsatsområder med store vekstmuligheter: havvind, hydrogen, batterier, maritim industri, CO₂-håndtering, skog-, tre- og bioøkonomi, og prosessindustri. Regjeringen vil legge til rette for en raskere utvikling av prosjekter innenfor disse områdene, blant annet gjennom sterkere kapitalvirkemidler.

Regjeringen har også som mål om å øke norsk eksport utenom olje og gass med 50 prosent innen 2030, og samtidig kutte de samlede klimagassutslippene med minst 55 prosent. For å nå eksportmålet har regjeringen lansert blant annet eksportreformen «*Hele Norge eksporterer*»,

⁶ [Veikart for grønt industriløft - regjeringen.no](https://www.regjeringen.no)

en storsatsing hvor myndighetene, næringslivet og virkemiddelapparatet forene krefter for å gjøre offensive fremstøt i utlandet.

I mai 2023 lanserte også regjeringen sin **eksportsatsing på den maritime næringen**. Den maritime næringen har en eksportverdi på ca. 85 milliarder. Målet er 130 milliarder innen 2030.

NHO la i 2020 frem sitt veikart for fremtidens næringsliv⁷. Etter en koronapandemi og krig i Europa ble denne i 2023 oppdatert. NHO skriver; «*NHOs årlige gjennomgang av veikartets ti ambisjoner viser at det fram til nå har gått relativt godt innenfor avgjørende parametere for utviklingen av norsk næringsliv og samfunn. Samtidig viser gjennomgangen at vi er på feil kurs innen flere avgjørende områder for et bærekraftig samfunn i 2030. Fremtredende premisser for et vekstkraftig næringsliv er under press; kompetansetilgang, klimagassreduksjoner og konkurransedyktig skattetrykk. I tillegg kommer en ny virkelighet med økte geopolitiske spenninger, et nytt energilandskap og en ny politisk profil på skatte- og arbeidslivsområdet*».

Status ved inngangen til 2023– Veikartets ti ambisjoner



⁷ [NHOs 10 ambisjoner for Norge](#)

7 Vekstpotensial Nordmøre

Nordmøre er godt posisjonert i flere av disse næringen og har vekstpotensial i både grønn maritim næring, havbruk, prosessindustri og turisme.

Norge har stort behov for ny **fornybar kraft** i årene fremover. Havvind kan bidra med en betydelig andel av denne kraften, samtidig som utviklingen av et hjemmemarked gir spennende muligheter for å videreutvikle norsk leverandørindustri.

Av 20 områder som skal utredes videre for muligheter for **havvind**, ligger også flere felt nært kysten av Nordmøre (Nordvest C, Nordvest B og Nordvest A). Dette gir mange muligheter for Nordmøre og spesielt Kristiansund som har lang erfaring fra olje og energi-bransjen og har godt utbygd infrastruktur inne offshore⁸.

Havnæringen har også et stort utviklings- og innovasjonspotensial på Nordmøre. Store og små bedrifter innen akvakultur, skipsbygging, maritim teknologi, analyse og beredskap har allerede fotfeste på Nordmøre. I rapporten *Nye muligheter for samhandling til havs* skriver Nordmøre Fiskebåt:

«For å sikre en bærekraftig vekst må det tilrettelegges for en vellykket sameksistens og synergier mellom havnæringene. Teknologi og kompetanse er også avgjørende for å lykkes.»

Flere bedrifter innen prosessindustri er etablert i regionen. Hydro har blant annet besluttet å investere 750 millioner kroner i Hydro Sunndal. Investeringen vil styrke fabrikkens posisjon som Europas største aluminiumsverk og leverandør av lavkarbonaluminium for de neste tiårene. Investeringen bidrar til at Hydro Sunndal fortsetter å være en solid og moderne hjørnesteinsbedrift i regionen i mange år fremover⁹.

Innen **turisme** har Nordmøre mye å tilby. Visit Norway skriver i sitt Reisebarometer våren 2023 at interessen for å reise til Norge har økt i alle land, men aller mest i England og Sverige. Naturopplevelser er den viktigste driveren på tvers av alle markeder, og de ønsker å oppleve fjord, fjell, nordlys og cruise.

8 av 10 reisende svarer at reiseplanene blir påvirket av prisøkninger, uforutsigbarhet, krig, korona og klimakrisen. Samtidig er stadig flere også opptatt av bærekraft og vil i større grad velge klimavennlig transport og reisemål som beviselig tar bærekraft på alvor¹⁰.

⁸ [Nye områder for havvind på norsk sokkel - regjeringen.no](https://www.regjeringen.no)

⁹ [Hydro investerer 750 millioner i Sunndal](https://www.hydro.no)

¹⁰ [Rekordhøy interesse for å legge ferien til Norge \(visitnorway.com\)](https://www.visitnorway.com)

8 Veien videre

På oppdrag fra Fylkeskommunen i Møre og Romsdal gjorde Menon Economics i 2021¹¹ en analyse av den økonomiske statusen i Møre og Romsdals eksportnæringer. I tillegg analyserte de hvor gode bedriftene i Møre og Romsdal er stilt til å møte ulike trender som vil dominere det økonomiske landskapet i årene som kommer.

De viktigste anbefalingene fra Menon var:

- Samarbeid og samhandling.
- Tilstedeværelse av gode og relevante utdannings- og forskningsinstitusjoner.
- Økt fokus og satsing på kompetanse.
- Mer dialog mellom næringslivet og det offentlige.
- Midler til omstillingsarbeid og innovasjonsprosesser, som er ressurskrevende.
- Et bredt næringsfokus er nødvendig for å få til en bærekraftig omstilling av Møre og Romsdals eksportnæringer.

Konkrete tiltak KNN kan følge opp sammen med sine samarbeidspartnere

Denne rapporten gir følgende anbefalinger og mulige tiltak for Nordmøre. Anbefalingene er delt inn i rammevilkår for næringslivet, kompetanse, samarbeid og vekst, og omstilling og bærekraft.

Rammevilkår for næringslivet

- Stabile rammevilkår er vesentlig for næringslivet. Endringer i skatteregler og et forhøyet skattetrykk skaper usikkerhet for ulike bransjer.
- Samferdsel og god infrastruktur er viktig for en region som Nordmøre. Gode fly- og fergetilbud, samt veier som tåler både transport og folk som pendler til og fra jobb må opprettholdes.
- Tilgang til kraft og et godt linjenett er avgjørende for å skape arbeidsplasser i området og for at vi skal lykkes med omstilling og tilrettelegging for ny bærekraftig industriutvikling. En kraftlinje på 420 kw bør prioriteres til regionen.
- Alle kommuner på Nordmøre bør ha en oppdatert næringsplan for sin kommune.

¹¹ [2020-148-Omstillingsbehov-i-Møre-og-Romsdals-eksportnæringer.pdf \(menon.no\)](#)

Kompetanse

- Tilgang til kompetanse og utdanningsmuligheter på Nordmøre er det området som er viktigst for næringslivet på Nordmøre. Utdanningstilbudet må forsterkes.
- Næringslivet må bli mer synlig. De bør ha en tilstedeværelse på ulike fora i regionen og kanaler for å tiltrekke seg kompetanse og øke omdømme til bransjen og regionen.
- Næringslivet og det offentlige bør gi innspill til hvilke utdanninger regionen trenger. Dialog med utdanningsinstitusjoner og tilbudet på Campus Kristiansund, høyskoler og videregående skoler blir viktig de neste årene.
- Større samarbeid med utdanningsinstitusjoner i regionen. Privat og offentlig næringsliv kan invitere seg inn i skolene, ta imot besøk fra klasser og studenter, bidra inn i prosjekt og case-oppgaver, samt bidra inn med midler i ulike forskningsprosjekt etc.

Samarbeid og vekst

- **Samarbeid på tvers av kommuner** - viktig å stimulere til samarbeid innad i næringer og på tvers av kommuner. Ønske om at flere skal lykkes bør etterstrebes og et felles nettverk bør forsterkes.
- **Klynger og samarbeid** - etablere god dialog mellom næringslivsaktører på Nordmøre. Dette arbeidet kan fortsette gjennom møteplasser, nettverk og klyngesamarbeid. Det er mulig behov for flere samarbeidsarenaer for handel og service, og bygg og anlegg-bransjen.
- **Økt profesjonalisering og tilrettelegging** - bedre utnyttelse av symbioseeffekter og økt tilrettelegging kan bidra til tiltrekning av nye nasjonale aktører.
- **Vekstnæringer** - kartlegge vekstpotensialet til nye næringer på Nordmøre som bygger på den kompetansen og infrastrukturen som allerede er etablert. Da spesielt innen fornybar, blågrønn industri, havnæringer og turisme.

Omstilling og bærekraft

- Virkemiddelapparatet må synliggjøres mer på Nordmøre. Dette arbeider er delvis i gang – med Innovasjon Norge på plass i regionen. Flere bedrifter på Nordmøre må se mulighetene og søke på prosjekter som gir omstilling, vekst og utvikling i Norge og EU.
- Bærekraftige prosjekt og næringsliv som tar grep i klimaarbeidet bør løftes frem. Dette gir grønne vekstmuligheter i regionen og har potensiale til å involvere flere aktører og gi nye industrimuligheter og arbeidsplasser i regionen.
- Økt samarbeid og symbiosekreasjon vil være gunstig for bedre ressursutnyttelse og smarte løsninger i klyngesamarbeid.



Regionbyen Kristiansund

Innhold

1	Bakgrunn og formål.....	2
2	En attraktiv regionby	4
	Sammen om sentrum	8
	Økonomisk dimensjon	14
	Sosial dimensjon	18
	Miljømessig dimensjon	27
3	Veien videre	33
4	Vedlegg.....	34
	Vedlegg 1 - Samarbeidspartnere, ressursgruppe og gjennomførte aktiviteter	34

1 Bakgrunn og formål

Forprosjektet «Attraktive Nordmøre», initiert av Kristiansund og Nordmøre Næringsforum (KNN), tar sikte på å utføre et forprosjekt med mål om å samle kunnskap, kartlegge, og analysere strategiske satsingsområder for å fremme varig vekst i vår region. Vår visjon er å øke attraktiviteten for både bosetting og næringsliv, i håp om å tiltrekke nye innbyggere til Nordmøre.

Dette forprosjektet har mottatt støtte og prosjektmidler fra flere viktige aktører, inkludert Møre og Romsdal fylkeskommune (Sak 162685/202), Kristiansund kommune (Sak 21/040954) og Tingvoll kommune.

Hovedmålet for dette forprosjektet er å se allsidig på hva som skal til for å skape vekst på Nordmøre og hvilke tiltak som må settes i gang for å oppnå det. Vi vil også legge grunnlaget for mer målrettet samarbeid innenfor Kristiansund og hele Nordmøre-regionen, med sikte på å realisere vårt felles vekstpotensial.

Prosjektet er inndelt i fire viktige delområder:

- **Næringsvekst og bærekraft** - vi vil utforske mulighetene for bærekraftig næringsvekst i regionen, med fokus på en bærekraftig fremtid.
- **Regionbyen Kristiansund** - Kristiansund som regionby vil bli nøye vurdert, med tanke på hvordan byen kan bidra til å drive vekst i Nordmøre som helhet.
- **Kompetanse** - vi vil analysere kompetansebehovet i regionen og identifisere tiltak for å styrke kompetansen tilgjengelig i næringslivet.
- **Omdømme** - for å tiltrekke nye innbyggere og investeringer er et sterkt omdømme avgjørende. Vi vil jobbe med å styrke regionens omdømme og øke synligheten.

Denne rapporten omhandler det andre delområdet i forprosjektet "Attraktive Nordmøre," nemlig Regionbyen Kristiansund. Her vil Kristiansund som regionby vil bli vurdert med tanke på hvordan byen kan bidra til å skape vekst på Nordmøre.

I forprosjektet «Regionbyen Kristiansund» har vi sett på hvilke tiltak som kan gjøres for at regionsenteret Kristiansund skal bli mer attraktivt og bli førstevalget for både Kristiansundere, Nordmøringer og tilreisende.

Avgrensning

En rapport om en regionby, rollen til en regionby og hvem som skal ta hvilke roller i en regionby kan skrives på en omfattende måte, det er derfor nødvendig til å si noe om avgrensningen. Mandatet i forprosjektet er som følger:

- Lære av andre, sammenlignbare byer og tettsteder som jobber med attraktivitet i by.
- Framskaffe faktagrunnlag/beskrivelse av nå-situasjonen for Kristiansund sentrum, som utgangspunkt for videre arbeid (både kvantitative og kvalitative undersøkelser).
- Analysere og presentere utfordringsbilde for utviklingen av sentrum i årene framover.
- Avklare roller, ansvar og samarbeid om by- og sentrumsutvikling.

Organisering og gjennomføring

I perioden 11.januar – 29.november 2023 ble det utført en rekke innspill og diskusjoner med samarbeidspartnere, ressursgrupper og enkeltpersoner samt deltatt og presentert under diskusjonsforum og arrangementet. Ettersom rapporten har utviklet seg har det blitt nødvendig å hente inn mer data og få nye innspill, og informasjonsinnhenting har vært kontinuerlig.

I arbeidet med dette prosjektet har vi satt sammen en ressursgruppe bestående av et bredt mangfold som besitter nøkkelposisjoner i samfunnet. Vi invitert bredt i deltakelse fra ulike aktører fra kultur, politikken, næringene, reiseliv, ungdomsråd, kommune og fylkeskommune. Takk til samarbeidspartnere, ressursgrupper og enkeltpersoner. Se fullstendig liste i vedlegg.

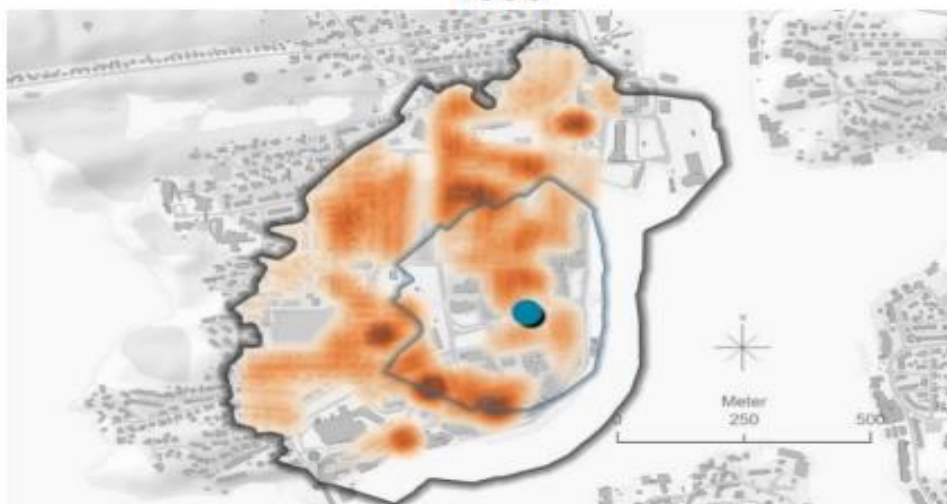
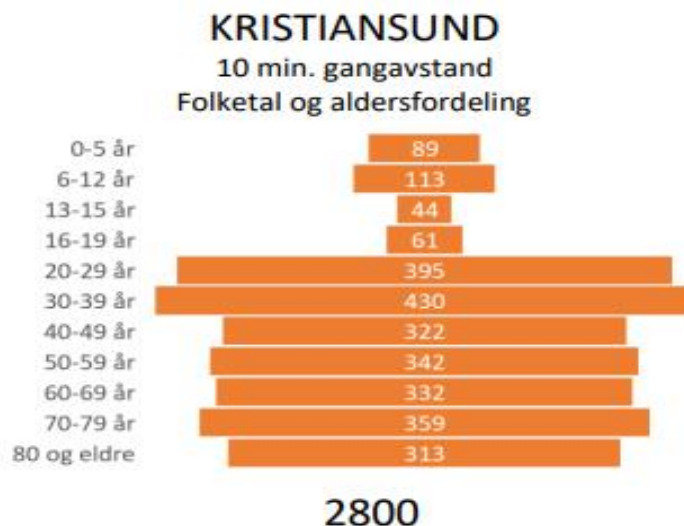
2 En attraktiv regionby

Kristiansund ligger vakkert til ved havgapet på fire øyer som omkranser det beskyttede havnebassenget. Kristiansund er en av Norges gjenreisingsbyer etter omfattende bombing i 1940. Etter fire dager med bombing var 800 av i alt 1300 bygninger helt eller delvis ødelagt. Sverre Pedersen kunne derfor begynne med blanke ark og la opp de store linjene med hovedakser og plassdannelser som var i tråd med datidens moderne byplanlegging.



1 – Visit Northwest - Kristiansund – Foto: Per Kvalvik

Kaibakken og langveien ble byens nye store hovedakser. Langveien ble innfartsåren med store og grønne parkområder. Kaibakken ble den nye brede hovedgata med midtrabatter og to kjørefelt i hver retning. Bebyggelsen omtales som beskjeden og ujålete, men med fine detaljer og muntre farger, og har gitt Kristiansund en egenart og et særpreg. Sammenlignet med andre regionbyer i Norge har Kristiansund et tett sentrum. Det er gode muligheter for å utvikle sentrum fordi det finnes færre fysiske begrensninger enn flere andre steder.



2 - Kilde "fylkesstrategi for attraktive byar og tettstader 2023-2027". Møre og Romsdal fylkeskommune

I sentrum (10 min gangavstand fra rådhuset) var folketallet i 2021 2800 innbyggere.

Det er flere aspekter som nevnes som eksempler for en yrende regionby – innenfor disse ti minuttene. Det finnes utdanning, kulturelle tilbud, kino, bibliotek, spesialbutikker, kaféer, helsetilbud, parker, kollektivtransport tilbud. Kristiansund, selv om den kanskje ikke er verdens navle, er i dag byen i Nordmørsregionen. Den har en betydelig rolle som et knutepunkt for offshore-industrien og de store blå næringene i området, og dette gir byen og de omliggende områdene en viktig posisjon i nasjonal sammenheng.

I denne rapporten skal vi nærmere undersøke Kristiansund som by, vurdere hva som gjør den til en viktig regionby, og reflektere over nøkkelaspekter som må tas hensyn til i byutviklingen med det mål om å skape en attraktiv by for omlandet. For å forstå betydningen av Kristiansund som en regionby og hva slags kvaliteter en regionby bør inneha. Dette krever en bevisst

strategisk tilnærming til byutvikling og lengre perspektiver for å møte behovene til nåværende og fremtidige generasjoner.

En regionby er en by som fungerer som et sentralt knutepunkt og administrativt senter for en bestemt geografisk region eller et område. Denne typen byer spiller en viktig rolle i å betjene både den lokale befolkningen og folk fra omkringliggende områder. Generelt sett er regionbyer viktige for å fremme utvikling og samhandling innenfor en geografisk region, og de spiller en avgjørende rolle i å styrke økonomien, kulturen og samfunnet i området de betjener.



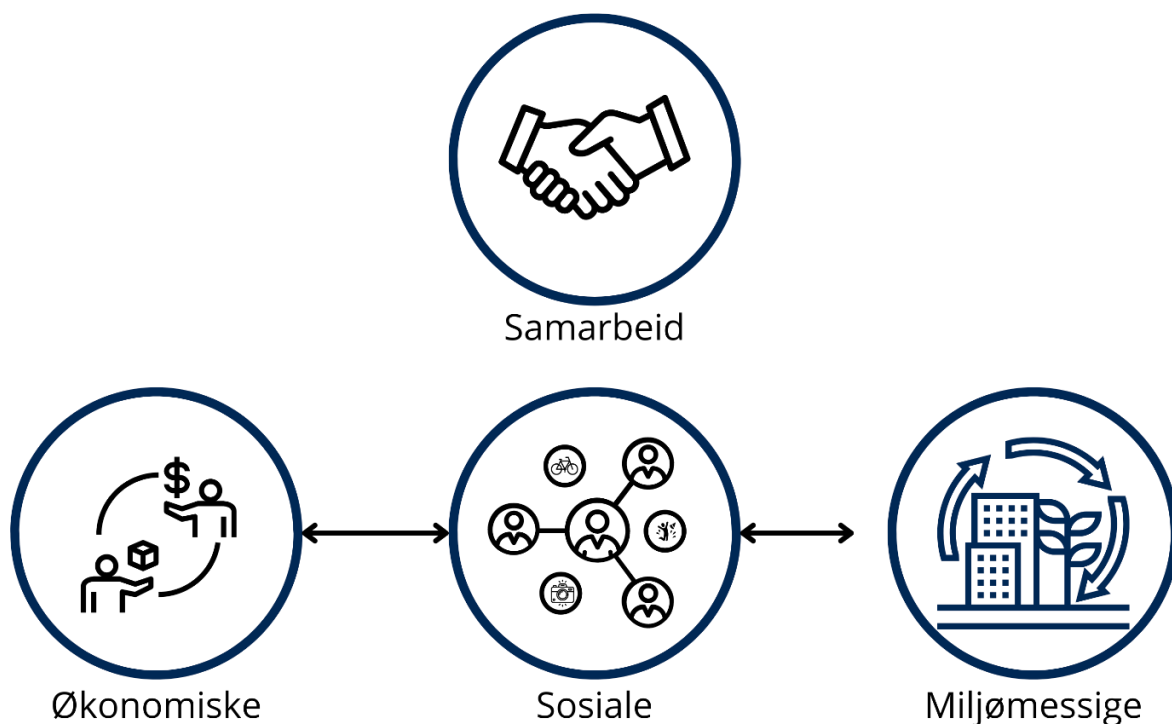
3 - Visit Northwest - Kristiansund - Havna sett fra Bjønnahaugen - Foto: Hans Ohrstrand

En vellykket regionby krever langsiktig planlegging, god styring og samarbeid fra innbyggere for å skape et inkluderende og blomstrende samfunn. Det er viktig å heve blikket. Det er lett å fall for fristelsen å identifisere spesifikke utfordringer eller problemer som en regionby står overfor og implementere tiltak for å løse dem. For eksempel kan det inkludere prosjekter for å redusere luftforurensning, utvide tilgangen til høykvalitets utdanning eller øke sysselsettingen. Dette blir reaktivt, der tiltakene tas i respons til eksisterende problemer eller behov. Det krever en mer omfattende og langsiktig tilnærming til byutvikling, og innebærer å utvikle en visjon for hvordan byen skal utvikle seg i fremtiden, samt en strategisk plan for å oppnå denne visjonen.

For å skape en regionby boblende av innbyggere og gode tilbud må et attraktivt sentrum skapes. En attraktiv by kan ha flere subjektive definisjoner. Det kan være ulike kulturelle og praktiske elementer som må være til stede for at en by kan oppleves som attraktiv eller skape gode opplevelser. For å lære mer om hva en attraktiv by er har vi hentet erfaringer fra andre byer, blant annet Stavanger og på råd fra nasjonale fagmiljøer og fagpersoner. Årlig kåres Norges mest attraktive by med prisen «attraktiv by», som er statens pris for bærekraftig by- og stedsutvikling. Hensikten med prisen er å løfte frem forbilder som andre byer og tettsteder kan lære av.

Ved Møre og Romsdals fylkeskommunes by og tettstadsseminar i juni 2023 “Jakta på den attraktive byen” holdt Alexandria Aagaard, Juryleder for «attraktiv by» innlegg med tittelen «Hva er en attraktiv by?». Stedene som har kommet gjennom nåløyet som finalister for prisen «attraktiv by» varierer i størrelse, særtrekk og hvor i landet de ligger. Aalgard dro frem noen eksempler på hvordan noen av finalistene og vinnerne har jobbet og hvilke grep de har tatt for å skape attraktivitet i sentrum.

Felles for finalistene og vinnere av prisen «attraktiv by», er at de har lyktes med et godt samarbeid mellom offentlig og privat sektor og at alle tre dimensjonene ved bærekraftbegrepet - økonomisk, sosialt og miljømessig, har vært vektlagt. Av den grunn ønsker vi å dele opp rapporten i disse fire delene.





Sammen om sentrum

I rapporten "Sammen om sentrum," utarbeidet av Guri Mette Vestby, Marit Ekne Ruud og Ragnhild Skogheim, fremheves betydningen av vellykkede offentlig-private samarbeid som en viktig suksessfaktor for å styrke norske bysentrum. Dette refererer til etablering av sterke forhold og formaliserte samarbeid som forplikter de involverte partene til å arbeide sammen mot felles mål. Her siktes det til etablerte relasjoner og formaliserte, forpliktende samarbeid. Under er en oppstilling hentet fra rapporten viser et sammensatt aktørbilde.

Privat sektoraktører	Offentlig sektoraktører
<ul style="list-style-type: none"> • Eiendomsutviklere • Frivillige organisasjoner og kulturaktører • Gård- og grunneiere • Handelsdrivende • Næringsforeninger • Sentrumsforeninger • Service- og tjenesteleverandører 	<ul style="list-style-type: none"> • Ordførere og politikere • Rådmenn • Kommuneplanleggere • Næringssejfer • Steds- og samfunnsutviklere • Ledere i Kultursektoren • Teknisk/drift i kommune • Kommunale eiendomsselskap • Fylkeskommuner

På den ene siden er det aktører innen private sektoraktører som inkluderer eiendomsutviklere, frivillige organisasjoner og kulturaktører, gård- og grunneiere, handelsdrivende, næringsforeninger, sentrumsforeninger og service- og tjenesteleverandører.

På den andre siden er det offentlig sektoraktører som ordførere og politikere, rådmenn, kommuneplanleggere, næringssejfer, steds- og samfunnsutviklere, ledere innen kultursektoren, teknisk og driftspersonell i kommunen, kommunale eiendomsselskap og fylkeskommuner.

Strategisk byledelse

Strategisk byledelse er proaktivt og langsiktig, og tar hensyn til et bredt spekter av faktorer som påvirker byens utvikling, inkludert økonomi, miljø, bærekraft, kultur og samfunn.

«Strategisk byledelse er samspillet mellom politisk og administrativ ledelse som sikrer gode beslutninger, langsiktighet og forutsigbarhet i utviklingen av byer, basert på kunnskap om samfunnsutvikling, byens styrker og identitet.»

-Pedro Ardila, programkoordinator i by- og områdeutvikling, Bærum kommune 11.11.21

Strategisk byledelse, også kjent som bystrategi eller urban strategi, refererer til planlegging, organisering og implementering av langsiktige mål, tiltak og politikk for å fremme bærekraftig utvikling, vekst og trivsel i en by eller et urbanisert område. Dette omfatter en rekke aktiviteter som er rettet mot å optimalisere ressursbruk, forbedre livskvaliteten for innbyggerne, tiltrekke investeringer, fremme økonomisk utvikling og håndtere de utfordringene som byvekst kan føre med seg.

Offentlig og privat samarbeid - utvikling, planverk og tiltak

Kristiansund Kommune sin Kommunedelplan for sentrum ble vedtatt i bystyret 26. juni 2021. Kommunedelplanen også kalt sentrumsplanen, inneholder planbeskrivelse og planbestemmelser. Med bakgrunn i kommuneplanens samfunnsdel skal kommunedelplanen legge et nødvendig faglig og legalt grunnlag for at Kristiansund sentrum skal videreutvikles som et attraktivt og framtidsrettet regionbysentrum med et pulserende folkeliv.

«Kommunedelplanen skal legge et nødvendig faglig og legalt grunnlag for at Kristiansund sentrum skal videreutvikles som et attraktivt og framtidsrettet regionbysentrum med et pulserende folkeliv.»

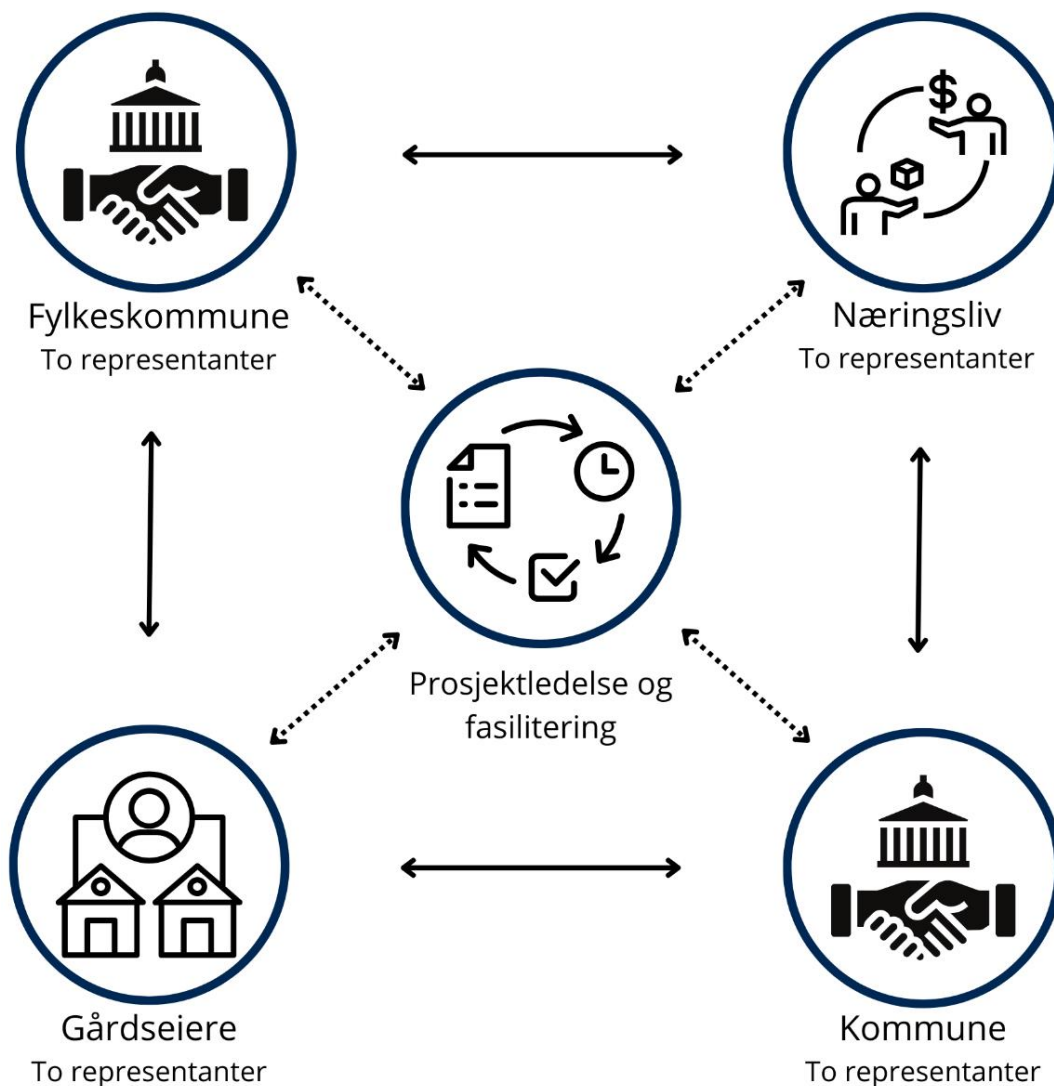
I vårt møte med sentrumsaktører i dette prosjektet har vi ofte blitt møtt med tema gjentakende tema som oppgis som frustrasjonsmomenter. Kommunedelplanens fasadestriksjoner og at det fjernes parkeringsplasser uten at det foreligger noen plan for å erstatte disse. Flere aktører har uttalt at det nærmest er umulig å pusse opp eller bygge om eiendom og i det hele tatt lite verdt å investere i renovering av nye bygg i Kristiansund sentrum. Her oppgis lang behandlingstid på søknader hos kommunen og en frykt for å ikke få uttelling for sine investeringer som to

hovedårsaker: Situasjonen rundt det som oppgis som opplevd kronglete parkering og manglende parkeringsplasser som en annen.

Vi ser et helt klart behov for et bindeledd mellom offentlig og privat sektor som kan «oversette» kommunale planer og forklare aktører som gjerne vil ha igangsatt og gjennomført prosjekter kjøpt, at ting tar tid. Og at kommeplanens reguleringer er et resultat av strategisk byledelse. Vi ser et stort behov dialog og prosess og et behov for at kreftene som åpenbart er der, forenes slik at de jobber sammen.

Formalisert samarbeid

Forankring og samarbeid er avgjørende elementer for utviklingen av sentrum. Når store aktører som fylkeskommunen, næringslivet, gårdseierne og kommunen samarbeider og er forankret i felles mål, kan de bidra til å skape levende og bærekraftige bysentre.



Gjennom samråd kan disse partene planlegge og implementere infrastrukturprosjekter som tilrettelegger for en mer effektiv og attraktiv sentrumsopplevelse. Næringslivet og gårdseierne spiller en viktig rolle i å skape et variert og attraktivt handels- og kulturmiljø i sentrum. Gjennom samarbeid kan de planlegge og koordinere utviklingen av handelsområder, restauranter, kafeer, kulturelle arrangementer og andre tilbud som tiltrekker seg både lokale innbyggere og besøkende til sentrum.

Fylkeskommunen, kommunen og gårdseierne må samarbeide for å bevare og revitalisere historiske og kulturelle bygninger og områder i sentrum. Samarbeidet sikrer at sentrum forblir et levende kulturelt knutepunkt som tiltrekker seg både beboere og besøkende. Ved å samarbeide kan disse aktørene bidra til å redusere miljøpåvirkningen av sentrum og fremme en mer bærekraftig livsstil. Dette kan omfatte tiltak som fremmer gang-, sykkel- og kollektivtransport, reduserer energiforbruket og fremmer grønne arealer og urbant landbruk. Samarbeid mellom næringslivet, gårdseiere, fylkeskommunen og kommunen kan stimulere til økonomisk vekst og skape arbeidsplasser i sentrum. Gjennom investeringer i næringslivsutvikling, infrastruktur og kulturtilbud kan disse aktørene bidra til å skape et dynamisk og livlig sentrum som tiltrekker seg bedrifter, investorer og arbeidssøkere.

Samlet sett er forankring og samarbeid mellom fylkeskommunen, næringslivet, gårdseierne og kommunen avgjørende for å skape levende, attraktive og bærekraftige bysentre. Dette kan være en styringsgruppe bestående av representanter fra hver av aktørene. Dette kan fungere som et forum for dialog, beslutningstaking og implementering av tiltak som fremmer utviklingen av sentrum. Ved å jobbe sammen mot felles mål kan disse aktørene bidra til å skape et inkluderende og livlig sentrum som tilfredsstiller behovene til både nåværende og fremtidige generasjoner. For å sikre en effektiv samordning av prosjekter og fasilitere samarbeid mellom aktørene, er det viktig med et koordinerende ressursen. Denne koordinerende ressursen kan lede prosjektene, fasilitere kommunikasjonen mellom aktørene, og sikre at felles mål og strategier blir fulgt opp og gjennomført på en effektiv måte. Ved å ha en slik koordinerende ressurs i sentrumssamarbeidet kan man sikre en helhetlig tilnærming og maksimere effektiviteten i utviklingen av sentrum.

Koordinerende rolle

Behovet for å etablere en dedikert stilling for strategisk byutvikling og sentrumsutvikling i Kristiansund er åpenbart. Vi ser det som avgjørende for å kunne nå målet om at Kristiansund skal bli en attraktiv regionby, og for at Kristiansund skal kunne kvalifiseres til prisen «Attraktiv by».

En passende tittel for denne avgjørende rollen kunne være "sentrumskoordinator" eller "sentrumsutvikler". Denne rollens hovedoppgaver vil være å forsterke samarbeidet og koordinasjonen mellom pågående prosjekter, tilbud og utviklingsinitiativer i byen. Dette ville

bidra til å sikre en mer sammenhengende og langsiktig tilnærming til byutvikling og strategisk planlegging. Samarbeid med ulike aktører som arbeider med mobilitetsprosjekter, informasjonskontorer, kommunalt sundbåtvesen og Alti-konsernet ville være av avgjørende betydning for å skape en helhetlig strategi for byens fremtid.

I tillegg til å koordinere prosjekter og initiativer ville sentrumskoordinatoren spille en avgjørende rolle i å involvere Kristiansunds innbyggere i byens utviklingsprosesser. Dette kunne oppnås gjennom initiativer som "Påkobla Kristiansund" og smartbyutvikling, som søker å engasjere og lytte til innbyggernes behov og ønsker.

En annen vesentlig del av strategien for å kunne kvalifisere Kristiansund til «Attraktiv by» vil være å pakke sammen tilbud, såkalt pakketering. Dette ville gjøre det enklere for besøkende å oppleve alt byen har å by på, fra kulturelle opplevelser til handel, uteliv og naturattraksjoner. Den dedikerte stillingen som sentrumskoordinator ville være en nøkkelperson i implementeringen av slike pakkelsninger.

Det store fortrinnet opplevelsetthet

Det er verd å merke seg at Kristiansund i forhold til andre regionbyer i Norge, har fordelene av et tett sentrum med færre fysiske begrensninger som oppdeling av elveløp, broer etc.

Dette gir en unik mulighet til å oppnå høy "opplevelsetthet." Innenfor en kort radius på ti minutters gange finnes det et mangfold av fasiliteter og tilbud som er avgjørende for å skape et livlig bysentrum. Fra høsten 2024 vil sentrum få et stort løft med Campus Kristiansund sentralt i byen og nok et løft med Kulturhuset Normoria fra våren 2025. Innen en radius på maksimalt ti minutters gange vil en kunne bevege seg mellom utdanningsinstitusjoner, kulturelle aktiviteter, kino, bibliotek, spesialbutikker, kafeer, helsetjenester, parker og kollektivtransportmuligheter. Dette er aspekter som utgjør et godt grunnlag for en unik og vellykket regionby. Senere i rapporten vil vi utforske hvordan disse aspektene kan utnyttes til å videreutvikle Kristiansund som en særegen og opplevelsrik regionby.

Samarbeidsform

Per i dag eksisterer det ikke et formalisert offentlig-privat samarbeid i Kristiansund sentrum. Heldigvis fikk vi tilsagn på vår BRM-søknad om å få etablert en stilling som skal jobbe dedikert med utviklingen av Kristiansund sentrum.

Ifølge Norsk Sentrumsutvikling (NSU) er det en økende interesse for formaliserte offentlig-privat samarbeid om utvikling av sentrum over hele Norge. De har 45 medlemmer over hele Norge med stor variasjon på hvordan dette samarbeidet formaliseres. Noen steder har et eget AS der aktører med tilholdssted i sentrum inngår i et formalisert økonomisk spleiselag om sentrumslederfunksjonen der aktører kjøper medlemskap med aksjer og betaler en årlig serviceavgift etter ulike modeller. Molde Sentrum AS er en av disse. Serveringssteder kjøper

aksjer etter antall sitteplasser, butikker etter antall ansatte og gårdeiere, hoteller, eiendomsutviklere og kjøpesenter etter antall m². Både NSU og "Sammen om sentrum," viser til at det er stor variasjon i hvordan det offentlig-private samarbeidet fungerer og resultatene som oppnås.

En av de første tingene som vil komme på plass så snart vi har fått på plass stillingen etter tilsagnet fra BRM-søknaden, er en bærekraftig finansieringsmodell for Kristiansund sentrum.

Konkrete anbefalinger:

- Etablering av sterke forhold og formaliserte samarbeid som forplikter de involverte partene til å arbeide sammen mot felles mål.
- Strebe mot et flerfunksjonelt byliv i sentrum.
- Formalisere et offentlig-privat samarbeid som aktørene enes om og som de er tro mot.
- En koordinerende rolle i form av en sentrumskoordinator/sentrumsutvikler ansatt i en prosjektstilling med Kristiansund og Nordmøre Næringsforum.



Økonomisk dimensjon

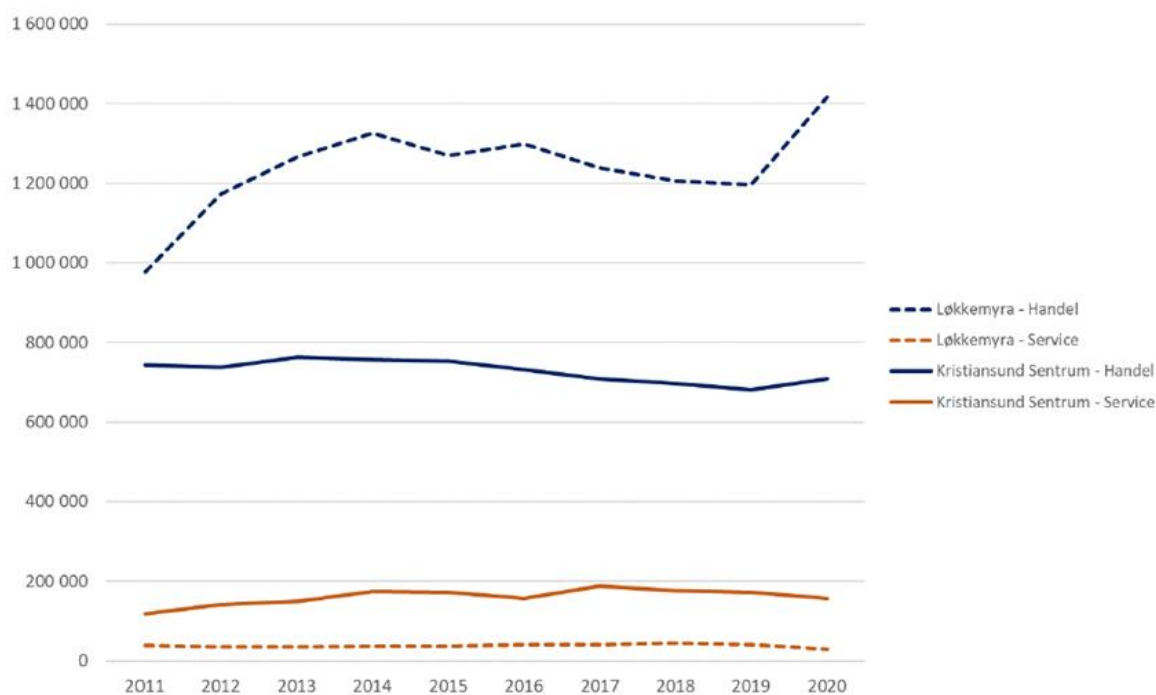
Nordmørere regionen står overfor en betydelig utfordring når det gjelder spredt bosetting over et variert landskap bestående av bygder, tettsteder, fjordsystemer og øysamfunn. Dette vises i byutviklingen på sikt. Kristiansund som by sprer seg utover og har skapt et økende behov for privatbiler for at tilreisende og lokalbefolkningen for å komme seg rundt. Tjenester og funksjoner lokaliseres spredt slik at man må kjøre dit man skal.

Selv om det er naturlig å diskutere konkurransen mellom Løkkemyra og Kristiansund sentrum når det gjelder tilbud, fokuserer denne rapporten på symbiosen mellom disse to områdene. Vi ønsker å se på helheten av tilbudet som Kristiansund-regionen kan tilby, men vil i stor grad fokusere på utviklingen av sentrum og tilbudene som finnes der.



4- Visit Northwest - Kristiansund - Boteco - Foto Eline Karlsdatter Fladseth

Aspan viak har på oppdrag fra Møre og Romsdal fylkeskommunen utarbeidet en regional handelsanalyse. (Aspan viak 2021) Et kapittel er viet utvikling av handelen i byområdene med en sammenligning av sentrum og utenforliggende kjøpesenterområder i Ålesund, Molde og Kristiansund. Felles for de tre byene er at de definerte sentrumsområdene har lavere omsetning enn kjøpesenterområdet det sammenlignes med. Felles for byene er også at omsetning innen service er større i sentrumsområdet.



Figur 9.2 Omsetningsutvikling, Kristiansund. Omsetning innen service er her eksklusivt overnattingsvirksomhet.

5 - Aspan viak 2021

Av statistikken ser vi at handel på Løkkemyra har gått kraftig opp i perioden, mens service har hatt en beskjeden vekst i sentrum.

Analysen trekker også fram potensialet som ligger i å utnytte mulige synergieffekter mellom handel, tjenester og servering for å kunne tilby noe som nettbutikker ikke kan. Av dette kan man trekke ut at sentrum sitt konkurransefortrinn kan være å styrke dette samspillet og forsterke bylivssammensetningen framfor å konkurrere med bilbaserte handelssentrum på deres premisser.

Dette blir også slått fast i en rapport utarbeidet av Vista Analyse om "Omsetningsutvikling i varehandel og tjenesteyting i et utvalg norske byer for perioden 2008-2017. Rapporten viser at varehandel går ned i de fleste bysentrum i landet, mens omsetning innen service øker. Dersom kjøpesentrene får anledning til å utvikle innhold mot tjenester som erstatning for varer, vil bysentrums sjans til å bli en møteplass for kultur, aktivitet og tjenesteyting ytterligere utfordres.

Et levende sentrum

Hanne Toftdahl diskuterte betydningen av et levende sentrum for byens næringsutvikling og tiltrekningskraft. Hun fremhevet viktigheten av å oppmuntre folk til å bevege seg i sentrum og understreket at plasseringen av kontorarbeidsplasser og funksjoner i sentrum er en nøkkelfaktor for å tiltrekke folk til dette området.

I rapporten "Omsetningsutvikling i varehandel og tjenesteyting i et utvalg norske byer i perioden 2008-2017" av Hanne Toftdahl vises det at handelen i sentrum går ned, mens tjenesteyting øker. Antallet kontorarbeidsplasser i sentrum fungerer derfor som en viktig indikator for vitaliteten til bysentrumet, spesielt kompetansesarbeidsplasser. Plasseringen av kompetansesarbeidsplasser bidrar til redusert behov for transport og øker antall potensielle kunder i sentrum, noe som igjen gir et solid grunnlag for handel og tjenesteyting.

Rapporten fra Vista Analyse konkluderer med at et levende sentrum bør være kompakt, trivelig, preget av småskala virksomheter, med en betydelig mengde service og tjenesteyting, tilstedeværelse av kontorarbeidsplasser og attraktive innendørs- og utendørsområder.

Tilrettelegging for kontorplasser - investering fra bygårdseierne

Tilrettelegging av kontorplasser i sentrum og investering fra bygårdeiere spiller en sentral rolle for byens bærekraft og utvikling. Tilrettelegging av kontorplasser i sentrum stimulerer økonomisk aktivitet. Når bedrifter etablerer seg sentralt, skapes arbeidsplasser som kan bidra til byens vekst og utvikling.

Lokalisering av kontorplasser i sentrum reduserer behovet for langtransport for ansatte. Dette fremmer bærekraftige transportmetoder som gange, sykling og kollektivtransport, og reduserer dermed byens karbonavtrykk. Etterspørselen etter fleksible arbeidsplasser øker. Tilrettelegging for coworking-områder og moderne kontorkonsepter gir bygårdeiere muligheten til å imøtekomme denne etterspørselen.

Kontorplasser i sentrum bidrar til å opprettholde et levende bymiljø. Mennesker som jobber i sentrum, skaper etterspørsel etter lokale tjenester, butikker og restauranter. Dette bidrar til et pulserende byliv både i arbeidstiden og etter arbeidstid.

Et sentrum med tilgjengelige kontorplasser øker byens attraktivitet for bedrifter og investorer. Dette kan føre til økt konkurranseevne, tiltrekning av nye selskaper og styrking av byens omdømme. Samt nærheten til ulike bedrifter og sektorer i sentrum kan fremme innovasjon og kreativitet. Kunnskapsdeling mellom bedrifter og entreprenører kan føre til nye ideer, samarbeid og vekst.

Investering fra bygårdeiere spiller en avgjørende rolle i å skape moderne og funksjonelle kontorlokaler. Når bygninger og infrastruktur oppgraderes, skapes et attraktivt arbeidsmiljø som har potensial til å tiltrekke seg leietakere. Denne investeringen er essensiell for å imøtekomme dagens behov og standarder for arbeidsplasser. Samtidig gir tilrettelegging for

kontorplasser i sentrum og engasjementet fra bygårdeiere en betydelig innvirkning på bysentrets vitalitet.

Sterke, levende og bærekraftige bysentrum er avhengige av investeringer i moderne arbeidslokaler. Dette ikke bare styrker byens økonomiske grunnlag gjennom skatteinntekter og økt næringsaktivitet, men skaper også et pulserende og attraktivt bymiljø. For å oppmuntre til denne investeringen er det avgjørende å ha tydelige signaler fra næringslivet om behovet for moderne kontorfasiliteter og forutsigbarhet når det gjelder byutviklingsplaner. Gjennom samarbeid mellom næringslivet, bygårdeiere og myndigheter kan man bygge en robust infrastruktur som legger til rette for fremtidig vekst og bærekraftig utvikling i bysentrum.

Konkrete anbefalinger:

- Tettere lokalisering av tjenester og funksjoner slik at behovet for transport senkes.
- Tilrettelegging for kontorplasser innenfor tjeneste- og servicenæring i sentrum
- Bygårdseierne må investere i renovering av bygg og lokaler for å tilrettelegge for næringsvirksomhet.
- Offentlig og privat sektor må sende tydelige forutsigbare signaler til bygårdseierne slik at det er oppfattet som en sikker/trygg investering.
- Utnytte mulige synergieffekter mellom handel, tjenester og servering for å kunne tilby noe som nettbutikker ikke kan.
- Lokalisering av kontorplasser i sentrum reduserer behovet for langtransport for ansatte. Dette fremmer bærekraftige transportmetoder som gange, sykling og kollektivtransport, og reduserer dermed byens karbonavtrykk.



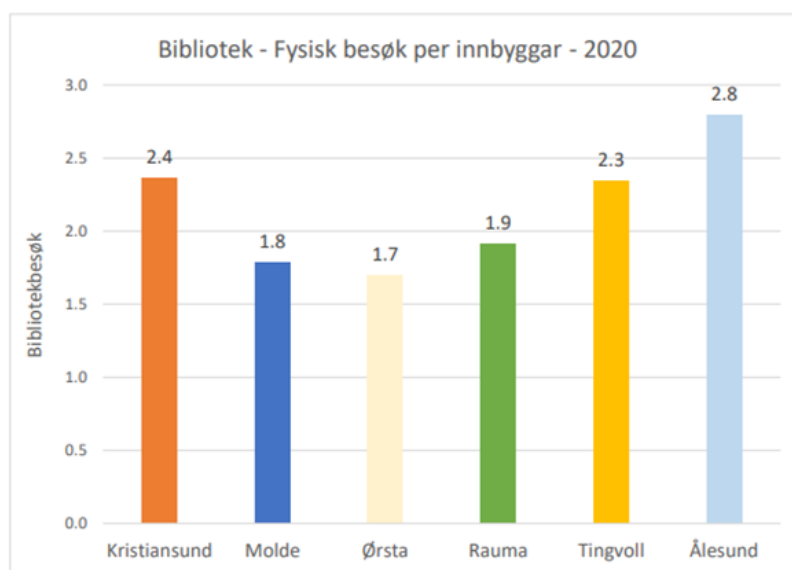
Sosial dimensjon

I rapporten "Tre byer, Trippel Kraft" fra 2014, utført av Gehl Architects og PwC, ble det identifisert viktige utfordringer knyttet til Kristiansund som en regionby. Selv om Kristiansund hadde en kjønnsmessig balanse blant sine innbyggere, ble det påpekt et betydelig utflyttingstap blant unge mennesker i aldersgruppen 20 til 29 år.

Rapporten pekte også på mangel på miljøer og aktiviteter som var tilpasset barn og unge i bykjernen. Videre ble det bemerket at miljøene som Høgskolesenteret i Kristiansund var lokalisert utenfor bykjernen, noe som begrenset utnyttelsen av deres ressurser og hindret tilbudet av et attraktivt byliv for studenter. Tall fra SSB viser at seks av ti som flytter til et sted for å studere, blir værende og at under tretti prosent av befolkningen i kommunene på Nordmøre har høyere utdanning, inkludert fagskole. Studenter er ikke bare opptatt av studiet sitt, men hele pakken med tilbud innen fritidsaktiviteter, kultur og servering.

Samlet sett ligger det et enormt potensial i å bringe høyskole- og fagskolestudenter, sammen med arbeidskraft fra ulike sektorer, tilbake til bykjernen. Det har ikke vært et bredt tilbud av høyere utdanning eller et tungt akademisk forskningsmiljø på Nordmøre, og mange av de unge på Nordmøre har derfor flyttet til storbyer som Trondheim, Bergen og Oslo for å studere.

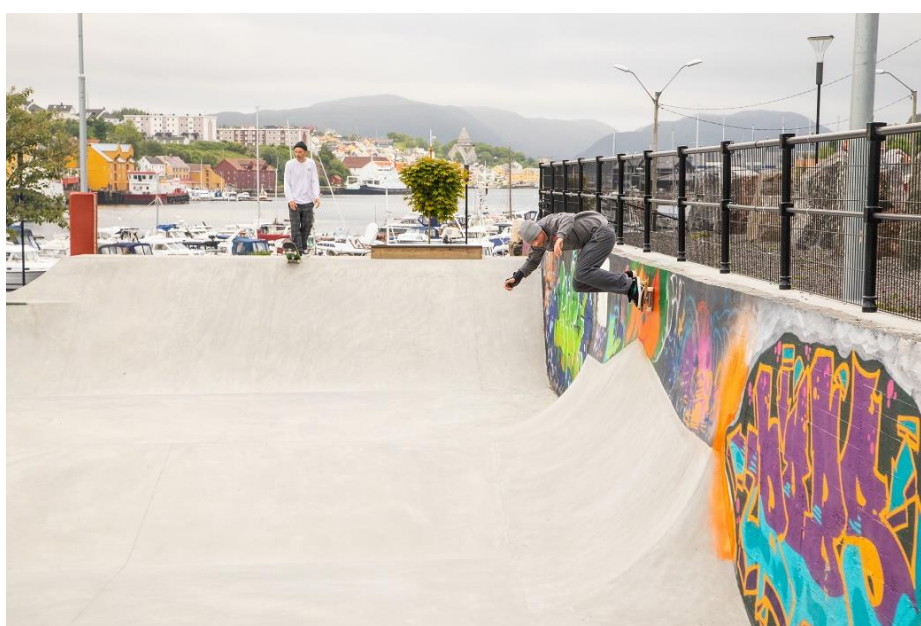
Rapportens konklusjon var at byene Kristiansund, Molde og Ålesund, sammen med regionale myndigheter, burde samarbeide for å bli mer attraktive for ungdom og barnefamilier. Dette skulle også inkludere en bedre integrering av arbeidskraftinnvandringen.



6- I Kristiansund var det 2,4 bibliotekbesøkende pr 100 innbyggere i 2021.

Siden rapporten ble ferdigstilt i 2014 har det skjedd betydelige forbedringer i Kristiansund. Byggingen av det nye kulturhuset er i full gang, og det er forventninger om at dette vil bidra til å styrke byens kulturelle tilbud ytterligere. Et eksempel er biblioteket og utviklingen i Vågen. Biblioteket har alltid vært et viktig møtested i sentrum, og har endret seg mye fra kun utlån av bøker til et sted med et mangfold av aktiviteter. Tallet på fysiske besøk på biblioteket kan gi en pekepinn på aktiviteten som biblioteket representerer.

Opprettelsen av skateparken i Vågen og oppgraderingen av området rundt Vågen har bidratt til å skape et mer attraktivt og aktivt bymiljø.



7 - Visit Northwest - Kristiansund - Skatepark - Foto Oddgeir Visnes

En spennende utvikling er Campus Kristiansund, et næringsbygg og høyskolesenter som vil åpne midt i bykjernen høsten 2024. Dette initiativet har potensial til å tiltrekke rundt høyskolestudenter, fagskolestudenter og kontormedarbeidere fra både offentlig sektor og privat næringsliv. Dette vil ikke bare styrke byens økonomiske fundament, men dette kan bidra til å skape et mer levende og dynamisk Kristiansund som appellerer til alle aldersgrupper og gir et blomstrende samfunn i fremtiden.



8 - Foto: Illustrasjon: PIR II Arkitekter

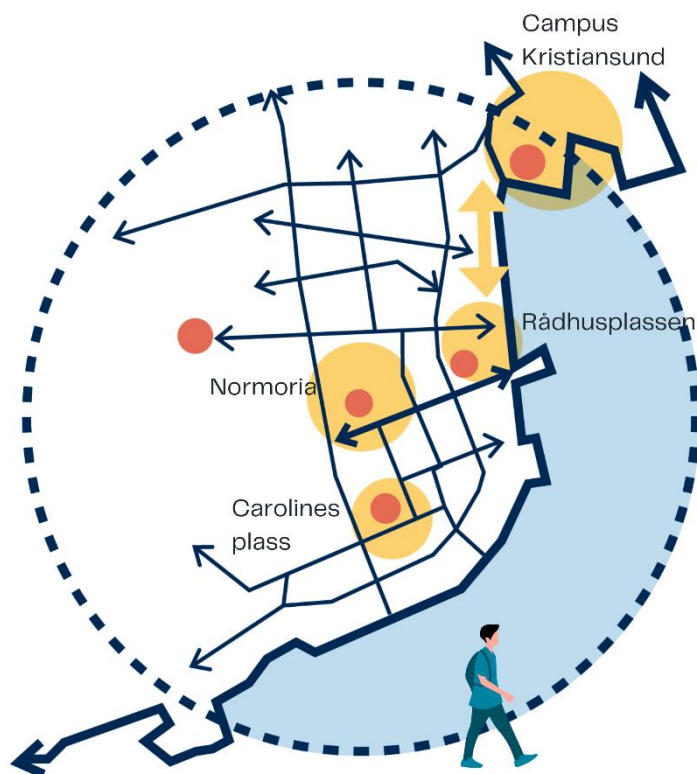
Sentrumet i Kristiansund

Sentrum vil nok defineres som fem minutter ut fra rådhuset i Kaibakken i normal gå hastighet. Innenfor denne distansen er det en mengde aktører som kan bidra til tilbud, service og opplevelse. I rapporten "Sammen om sentrum," utarbeidet av Guri Mette Vestby, Marit Ekne Ruud og Ragnhild Skogheim, beskrives begrepet "flerfunksjonelt byliv," som refererer til en rekke aktiviteter som tiltrekker folk til byens sentrum. Denne brede mangfoldigheten av aktiviteter bidrar til å skape et livlig og tiltrekkende bysentrum som appellerer til forskjellige interesser og behov hos byens innbyggere og besøkende.

Morten Sandberg, fagsjef i Virke, uttaler,

"Jeg tror man må ha en genuin interesse for lokale forhold for å oppnå en vellykket utvikling av sentrum."

Han legger vekt på viktigheten av å opprettholde tilgjengeligheten i sentrum, bringe alt som bidrar til bylivet til sentrum og forstå at suksessen ikke bare handler om hvor folk skal, men også om den reisen de tar for å komme dit de skal. Dette peker på behovet for å skape en tiltrekkende opplevelse rundt hele sentrum for å tiltrekke flere besøkende.



10 MIN "GÅBYEN"

Alexandria Aalgard, Juryleder for «attraktiv by» mener,

«I fremtiden vil bli det bli slik at bedriftene følger arbeidskraften. Og mange unge vil bo i eller nær byer med attraktive sentrum. Derfor må vi satse på styrket urbanitet og attraktivitet slik at de kommende generasjonene, de unge talentene, velger oss. "Folk trekker folk" og da er det tre ting som gjelder..

Opplevelse - Opplevelse - Opplevelse.

Vinnerne [av attraktiv by prisen] er de som klarer å lage steder der folk har lyst til å være og forstår hva som må til for at de skal ha lyst til å være der."

Generelle råd fra Alexandria Aalgard inkluderer å opprettholde en stabil kurs, fokusere på en helhetlig bruk av virkemidler, oppmuntre til dialog og engasjement, vurdere muligheter for sambruk, tilpasse seg nye behov med innovative løsninger, fremme kultur som en drivkraft, vurdere gjenbruk av bygg, vurdere flere lokaliseringer i sentrum, eksperimentere med og teste ut nye konsepter, tørre å ta vanskelige prioriteringer, bruke humor som et verktøy, dyrke særegenheter og styrke egenart, samt skape møteplasser og trivelige byrom som gir folk gode opplevelser som står i fokus.



9 - Visit Northwest - Kristiansund - Foto Einar Engdal

Pakketering av tilbud

Pakketering eller enklere sagt, helhetsopplevelser, har en sterk appell og er lettere å selge enn enkeltstående tilbud. Ved å samle ulike opplevelser i en koordinert pakke, kan man skape en mer attraktiv og minneverdig opplevelse for besøkende.



10 – t.v: Kristiansund - Kulturfabrikken - Foto Oddgeir Visnes.

11- t.h: Visit Northwest - Kristiansund - Nordic Light -Foto Helle Frogner/Nordic Light

Det er viktig å merke seg at slike opplevelsespakker må inneholde mer enn bare overnatting og god mat. For å virkelig imponere besøkende, bør de inkludere kulturopplevelser i tillegg til naturopplevelser. Selv om Norge er kjent for sin enestående natur, har også byer som Kristiansund mye å by på innenfor kultursektoren. Omlandet rundt er beriket med vakre historiske steder og et rikt kulturliv, som inkluderer en lang rekke festivaler gjennom hele året. Innenfor kulturlivet har vi flere eksempler på vellykkede konsepter som vellykket gjentas hvert år, og som er en del av kulturkalenderen. Noen eksempler er Nordic Light Fotofestival, Operafestukene, Smølabonan, Festspillene i Kristiansund, Bilens dag, og In 2 it, internasjonal dansefestival, og Kulturfabrikken.

Forskning har vist at kulturturister ofte er villige til å bruke mer penger under oppholdet, og de er også mer tilbøyelige til å ta bærekraftige valg når det gjelder transport. Dette åpner opp muligheter for å utvikle pakker som bruker eksisterende kollektivtransport, som busser og hurtigbåter. Konsepter som "Travel like the locals" kan være en god inspirasjon for å pakke turer sammen med fokus på bærekraft.



12 - Visit Northwest - Kristiansund - Allsang i Vanndammen - Foto Joachim Borøchstein

La oss se på noen eksempler på hva som kan inkluderes i slike opplevelsespakker i Kristiansund.

- **Kunstopplevelser og naturopplevelser:** Besøk Kristiansund for å oppleve verdensklasseopera, utforsk den vakre Havstien langs kysten og nyt fantastisk sushi. Dette gir besøkende en smak av både kultur og natur.
- **Kulturarv:** Bli en pilegrim og gå den historiske pilegrimsstien på Kvernes, delta på konsert i den sjarmerende stavkirken og bo komfortabelt på Thon-hotell.
- **Festspillene i Kristiansund:** Delta på åpningen av festspillene og nyt kulturelle arrangementer i byen. Avslutt dagen med shopping på Floyd, hvor du kan kjøpe deg en ny kjole for å minnes besøket.

Slike opplevelsespakker kan bidra til å tiltrekke flere turister til Kristiansund og omlandet, samtidig som de gir besøkende muligheten til å utforske både kultur og natur på en bærekraftig måte. Dette kan bidra til å styrke turistnæringen i området og gi en økonomisk gevinst for både lokale bedrifter og samfunnet som helhet.



13 - Visit Northwest - Kristiansund - Fishan - Foto Einar Engdal

Konseptutvikling

Birgit A. A. Solem, førsteamanuensis i Markedsføring ved Handelshøyskolen, Universitetet i Sørøst-Norge, oppgir følgende stikkord for å kunne lykkes med å drive handel og butikk i sentrum i årene som kommer - en definert forretningsmodell. En klar konseptidé og tydelig design. Hun sier det er viktig å tørre å definere og velge seg sin kundegruppe. I markedsføringsøyemed sies det ofte at dersom en sikter for bredt, risikerer en å ikke treffe noen.

Der en gruppe unge mennesker kan trekkes mot bestemte typer cafeer som serverer økologiske og "rettferdige" varer gjerne i kombinasjon med sirkulær byttehandel av klær, trekkes klesbevisste damer med relativt god råd og som gjerne har sterke merkepreferanser, mot andre steder. Pensjonister holder ofte fast ved sine gamle mønstre og butikker, og selv om Kristiansund i større grad får en aldrende befolkning, er det ikke sikkert hovedsatsningen burde ligge her. Det viktigste for nye konsepter i Kristiansund sentrum er en rendyrkede konsepter der driverne vet hva de vil, hvor de vil og hvem de vil nå.

Tre eksempler på butikker i Kristiansund sentrum som lykkes med dette, er butikkene A. Næsje, Shoe Art og By Cosmo. Samtlige har siktet seg inn på spesifikke kundegrupper og lykkes godt. A. Næsje har en sterk identitet med lange tradisjoner på Nordmøre. De har mange trofaste kunder og har nå utvidet til nettbutikk. De satser tungt på merkesko og tilbehør til kvinner og menn med relativt god råd og som gjerne har sterke merkepreferanser. I en liten by som Kristiansund, er det viktig å vite hvem en henvender seg til. Både Shoe Art og By Cosmo satser

på kvinner med relativt god råd og en klar oppfatning av sin egen stil. Sistnevnte har arrangert kundekvelder med Catwalk med stort hell og fulle påmeldingslister.

Helhetsopplevelsen

For å forbedre helhetsopplevelsen i Kristiansund Sentrum og tiltrekke ønskede aktører, profilerte merkevarer og skape attraktive kulturtilbud, er det nødvendig med en helhetlig tilnærming. Dette kan oppnås ved å tilby pakketerte tilbud og helhetsopplevelser som appellerer til både lokale og besøkende. Samarbeid med lokale bedrifter og kulturinstitusjoner kan bidra til å skape et variert og spennende utvalg av aktiviteter og arrangementer.

For å sikre en forutsigbar opplevelse for kunder og besøkende i Kristiansund by, bør det være felles åpningstider for butikker og virksomheter i sentrum. Enkel tilgang på informasjon om åpningstider, arrangementer og tilbud er også viktig, og kan oppnås gjennom digitale plattformer og informasjonssentre i sentrum. Samarbeid om arrangementer og markedsføring av disse kan bidra til å skape mer oppmerksomhet og interesse rundt sentrum.

For å gjøre det enkelt for brukere av Kristiansund bysentrum, bør det legges til rette for gode parkeringsmuligheter og attraktive møteplasser. Trafikkplanlegging kan også være viktig, spesielt med tanke på å tilrettelegge for sikker ferdsel og tilgjengelighet for alle. Det er også viktig å lytte til lokale interessenter, som ungdommer på Frei, for å forstå deres behov og ønsker for sentrumsutviklingen.

Konseptutvikling kan være et effektivt verktøy for å tenke på Kristiansund Sentrum som et kjøpesenter. Dette innebærer å analysere og vurdere sammensetningen av tilbudene som finnes i dag, og identifisere hvilke tilbud som bør prioriteres for å skape en mer attraktiv destinasjon. Måling av trafikk og evaluering av tiltak er viktige verktøy for å kunne justere strategier og tiltak etter behov og etter hvert som sentrumsutviklingen skrider frem. Ved å følge en slik tilnærming kan Kristiansund Sentrum oppnå økt attraktivitet og tilfredsstille behovene til både lokale innbyggere og besøkende.

Konkrete anbefalinger:

- Rapportens konklusjon var at byene Kristiansund, Molde og Ålesund, sammen med regionale myndigheter, burde samarbeide for å bli mer attraktive for ungdom og barnefamilier.
- Mangel på miljøer og aktiviteter som var tilpasset barn og unge i bykjernen.
- Få en tettere dialog med barn og unge og barnefamilier for å kartlegge deres ønsker og behov.
- Utforske hvilke av de ulike aktivitetene og møteplassene de ulike målgruppene ønsker seg i sentrum, og hvilke som kan bli varige.
- Det bør være en bedre integrering av arbeidskraftinnvandringen, samt integrering inn i lokalsamfunnet og lokale tilbud for å sikre trivsel.
- Samlet sett ligger det et enormt potensial i å bringe høyskole- og fagskolestudenter, sammen med arbeidskraft fra ulike sektorer, tilbake til bykjernen.
- Studenter er ikke bare opptatt av studiet sitt, men hele pakken med tilbud innen fritidsaktiviteter, kultur, restaurant og servering.



Miljømessig dimensjon

Typisk har en regionby flere funksjoner og ansvar. Regionbyen er ofte sete for regionale myndigheter og administrasjon, og den kan huse offentlige kontorer og byråer som håndterer regionale anliggender.

Regionbyen fungerer som et handels- og økonomisk senter for regionen, med butikker, markeder og bedrifter som betjener både lokalbefolkningen og besøkende fra andre deler av regionen. De kan ha kulturelle institusjoner som teatre, museer og universiteter, og de tilbyr ofte et bredt spekter av kulturelle og utdanningsmuligheter. Regionbyer har ofte avanserte medisinske fasiliteter og sykehus som betjener innbyggerne i regionen. De fungerer som knutepunkt for transportnettverk, inkludert veier, jernbane og flyplasser, som gir tilgang til og fra regionen. De kan også være senter for ulike sosiale tjenester, inkludert velferdsprogrammer, rettsvesenet og nødhjelpstjenester. I tilfelle nødsituasjoner som naturkatastrofer eller helsekriser, fungerer regionbyen som et koordineringssentrum for krisehåndtering og nødhjelpstiltak, og gir beskyttelse og hjelp til innbyggerne.

Når elevene ved Kristiansund VGS ble spurt om transportmulighetene i Kristiansund ser ut til at respondentene har en relativt negativ oppfatning av transportmulighetene i Kristiansund. Gjennomsnittssvaret antyder at det er rom for forbedringer når det gjelder byens transportinfrastruktur.

- **Bedre offentlig transport** - tilgjengeligheten og kvaliteten på offentlig transport vurderes som utfordrende, og dette er et område der det er et ønske om forbedringer.
- **Flere sykkelstier** - respondentene uttrykker ønske om flere sykkelstier i byen. Dette kan bidra til å fremme sykling som et mer attraktivt transportmiddel og bedre mobiliteten for syklister.
- **Bedre veier** - behovet for bedre veier i Kristiansund kommer også frem i svarene. Dette indikerer at veistandarden i byen kan oppleves som utilfredsstillende, og det er et ønske om forbedringer.

- **Sundtransport og Sundbåten** - Sundbåtens tjenester generelt blir sett på som tilfredsstillende, selv om det er noe variasjon i vurderingene. Dette kan være et positivt aspekt av byens transporttilbud.

Samlet sett indikerer svarene at det er betydelig rom for forbedringer i Kristiansunds transportinfrastruktur. Spesielt fokuset på behovet for bedre offentlig transport, flere sykkelstier og forbedrede veier er viktige hensyn å ta med i planleggingen av fremtidige transporttiltak i byen. Videre er det verdt å merke seg at ungdommer bosatt på Frei uttrykker bekymring over busstilbudet, og de ønsker bedre tilgjengelighet, spesielt på søndager.

Sentrumet i Kristiansund vil nok defineres i normal gå hastighet fem minutter ut fra rådhuset i Kaibakken. Så man ser på oversikten under hvor sentrum vil være definert og hvilken befolkningsmasse som befinner seg i sentrum.



14 - Visit Northwest - Kristiansund - Kaia – Foto: Eline Karlsdatter Fladseth

Bevegelse i et bysentrum er avgjørende for byens livlighet og trivsel. Den skaper en økonomisk drivkraft ved å tiltrekke seg både lokalbefolkning og besøkende, støtter butikker og restauranter, og bidrar til økonomisk aktivitet. Byens sentrum fungerer som et sosialt samlingspunkt, hvor folk møtes, deltar på arrangementer og skaper fellesskap. Kulturelt mangfold blomstrer når bevegelse muliggjør deltakelse i ulike kulturelle begivenheter som konserter, teaterforestillinger og festivaler. Videre fremmer bevegelse i bysentrum folkehelsen ved å oppmuntre til sunne transportformer som gåing, sykling og kollektivtransport, samtidig som det reduserer luftforurensning og trafikkorker. Samlet sett gir aktiv bevegelse et levende og bærekraftig bysentrum, beriket med økonomisk, sosial og kulturell vitalitet.

Kollektivtransport og FRAM

FRAM representerer merkevaren for den offentlige kollektivtransporten i Møre og Romsdal og fungerer også som navnet på den avdelingen i fylkeskommunen som administrerer dette transporttilbudet. FRAM har ansvar for busstilbudet i Kristiansund, og det har de senere årene vært jobbet for å utvikle rutetilbudet og øke antall reisende. Det er flere ruter, som samlet dekker alle deler av kommunen. Fra 2019 til 2023 har det vært en økning i antall reisende på 9 prosent for by-rutene i Kristiansund. Det har vært fokus på å oppnå bedre korrespondanse mellom rutene, og samarbeid med andre kollektivtilbydere, som Sundbåten, om få til et bedre og mer helhetlig mobilitetstilbud for de reisende.

I utviklingen av sentrum og tilgjengeligheten i sentrum er kollektivtilbudet essensielt. Det jobbes kontinuerlig for å bidra til at flere kan reise kollektivt, gå, sykle og bruke andre mobilitetsløsninger. Både nasjonalt og lokalt er det et politisk mål om nullvekst eller reduksjon av biltrafikken. Mer attraktive gang- og sykkelveier kan bidra til at flere velger andre transportmiddel enn bilen. I forbindelse med åpning av Campus Kristiansund i 2024 er det opprettet et nettverk for bærekraftig mobilitet i Kristiansund. Der jobber flere av aktørene som skal flytte inn på Campus, og Kristiansund kommune om ulike mobilitetstiltak i sentrum. Kartlegging av reisevaner og behov er sentrale aktiviteter.

Innfartsveien

Innfartsveien er avgjørende for utviklingen av Kristiansund som regionby. Regionbyen Kristiansund er viktig for å fremme utvikling og samhandling innenfor Nordmørsregionen, og spiller en avgjørende rolle i å styrke økonomien, kulturen og samfunnet i området. Kristiansund skal fungere som et sentralt knutepunkt og administrativt senter for en Nordmørsregion i vekst. Kristiansund spiller en viktig rolle i å betjene både næringslivet, den lokale befolkningen og folk fra omkringliggende områder.

For å tilrettelegge for en befolkningsvekst og næringsvekst i sentrum må en transport- og miljøeffektiv innfartsvei prioriteres. Det kan bli et spørsmål om helse og liv. De store trafikkutfordringene inn og ut av byen vil øke betydelig når det nye sykehuset på Hjelset står ferdig i 2025 der det i konseptet også inngår at relativt omfattende polikliniske – og dagtilbud for hele Nordmøre og Romsdalsregionen skal være i Kristiansund. Mer enn 20 000 av byens vel 24 000 innbyggere bor i sentrum eller langs innfartsveien. Veistrekninga Kristiansund – Hjelset skal altså brukes hyppig i akutte og livstruende situasjoner til pasienttransport, men også av ansatte/pendlere og pårørende.

Parkering i sentrum

Parkering i sentrum er pekt på som et økende problem i sentrum og for god tilgjengelighet for omlandet. Et konsept som utredes er parkeringsanlegg i fjell. Det er presentert analyse som vil danne grunnlaget for konseptutvikling og valg av parkeringsanlegg. Sentrale punkter inkluderer bekreftelse på at et fremtidig anlegg er fysisk og økonomisk gjennomførbart under gitte betingelser. Fem konsepter er presentert som aktuelle for å imøtekomme

parkeringsbehovet, inkludert 0-alternativet, parkeringsanlegg i fjell, nedgravd parkeringsanlegg, parkeringshus og innfartsparkering. Alle konseptene involverer regulering i boligsonen, med eller uten betalt besøksparkering. Grønne mobilitetsformer har stort potensial og er i vekst, og vil kunne avlaste situasjonen i sentrum, men dette krever større investeringer om det skal bli en betydelig del av mobilitetssystemet. Dette er en pågående utredning der det er en kontinuerlig vurdering av konseptene.

Sundbåten



15 - Kristiansund - Sundbåten - Foto Hans Ohrstrand

«Havna i Kristiansund er byens hjerte, hvor Sundbåten teller pulsslagen.»

- "Kristiansund", KOM forlag 2000.

Kristiansund kommunale sundbåtvesen har for tiden fem båter i flåten, der MS Angvik er ryggraden i rutedriften. Sundbåten har venteskur på alle landene, men de er kanskje ikke så lette å oppdage ved første øyekast. Siden 1876 har båtene vært i fart på havna i Kristiansund. I 2017 vedtok byens politikere at båten skulle være gratis for reisende på lørdager, et populært tiltak som bidrar til å skape økt aktivitet i sentrum på lørdager. Fra september 2019 og hele 2020 testet selskapet ut fullskala gratis rutetilbud. Prosjektet ble støttet av midler fra Møre og Romsdal Fylke og "Byen som regional motor".

Fra høsten 2021 vedtok kommunestyret å gjøre Sundbåten gratis alle dager, for alle. Nulltakst på havna handler om mye mer enn Sundbåten; det handler om miljø, byutvikling og folkehelse!

Årlig frakter båtene hundretusener av passasjerer over havna. Kristiansunds beliggenhet, hvor byen ligger på ulike øyer, gjør det fortsatt attraktivt å bruke sjøen som ferdselsåre. Selskapet har nylig deltatt i et forprosjekt som har sett på mulige løsninger for batteridrevet båtdrift og en mulig utvidelse av rutetilbudet. Sundbåtvesenet ser med optimisme på fremtiden med økt fokus på miljøvennlig transportløsninger og nye etableringer rundt byens flotte havnebasseng.

Helhetlige løsninger

I utviklingen av Kristiansunds transportinfrastruktur er det avgjørende å anerkjenne at transportutfordringene ikke eksisterer isolert, men som en del av et større, sammenvevd system. Helhetlige løsninger som tar hensyn til samspillet mellom ulike transportformer - som vei-, sjø- og kollektivtransport - er av stor betydning. Det handler ikke bare om å forbedre enkeltstående transporttilbud, men også om å skape et integrert nettverk som effektivt kobler byens ulike områder og betjener innbyggere og besøkende på en sømløs måte.

For å oppnå dette, er grundig analyse og koordinering nødvendig. Analyse av transportbehov, reisemønstre og befolkningsfordeling kan gi verdifull innsikt i hvordan transportinfrastrukturen bør utformes for å være mest mulig effektiv og tilfredsstillende for alle brukergrupper. Samtidig er koordineringen mellom ulike aktører og tiltak essensiell for å sikre at løsningene ikke bare fungerer i isolasjon, men samarbeider harmonisk for å oppnå størst mulig nytte.

Dette innebærer også å vurdere andre faktorer som påvirker transporten, for eksempel byutvikling, nye behov og miljøhensyn. Ved å ta en helhetlig tilnærming kan man sikre at transportinfrastrukturen ikke bare møter dagens behov, men også er rustet for å håndtere fremtidige utfordringer og behov i Kristiansund. Derfor er det viktig at planleggingen av transporttiltak involverer et bredt spekter av interessenter, fra lokale myndigheter og transportoperatører til næringslivet og innbyggerne selv. Sammen kan de bidra til å forme et bærekraftig, tilgjengelig og effektivt transportsystem som legger grunnlaget for en vellykket og levende by.

Konkrete anbefalinger:

Vektlegging av helhetlige løsninger og koordinering: Det er viktig å vurdere transportutfordringene i Kristiansund som en del av et større system. Helhetlige løsninger som tar hensyn til samspillet mellom ulike transportformer og koordinering av tiltak er avgjørende. Dette krever grundig analyse av behov og muligheter for å sikre effektive og bærekraftige transportløsninger på lang sikt.

Utvikling av kollektivtilbudet: Samarbeid med FRAM og andre kollektivtilbydere bør fortsette for å sikre bedre korrespondanse mellom rutene og et mer helhetlig kollektivtilbud. Dette kan inkludere å øke frekvensen av busser, bedre dekning av ruter, og forbedret tilgjengelighet, spesielt på søndager og for innbyggere i utkantstrøk. Dette kan inkludere tiltak som bedre koordinering av busser med andre transportformer og økt tilgjengelighet. Å investere i offentlig transportinfrastruktur kan være en viktig prioritet.

Utvikling av Sundbåten: Sundbåtens betydning som et viktig transportmiddel i Kristiansund bør opprettholdes og styrkes. Å fortsette å investere i miljøvennlige løsninger, som batteridrevet båtdrift, kan bidra til å forbedre tilgjengeligheten og bærekraften til transporten over havna.

Utvikling av innfartsveier: Med tanke på Kristiansunds rolle som en regionby og behovet for å betjene et stadig voksende antall innbyggere og næringsliv, bør det prioriteres å utvikle innfartsveiene for å lette trafikkstrømmen og gi tryggere og mer effektive veier.

Parkering i sentrum: Å utforske muligheten for parkeringsanlegg i fjell kan være en effektiv løsning for å løse parkeringsproblemer i sentrum. Dette kan frigjøre gateparkering og redusere trafikkbelastningen.

Utvidelse av sykkelstier: Respondentene har uttrykt et ønske om flere sykkelstier i byen. Dette vil ikke bare oppmuntre til mer sykling, men også bidra til å redusere trafikkbelastningen og fremme bærekraftig transport.

3 Veien videre

Kristiansund som regionby har mange av kvalitetene som blir utpekt som essensielt for gode regionbyer. Byen i seg selv en god tetthet, unik utforming som gjenreisningsby, og en fargeprofil som er særegen. Etter sammenligning med andre gjenreisningsbyer, og hvilke elementer en regionby bør inneholde er de forskjellige elementene til stor grad til sted eller enkle å tilrettelegge for.

I forhold til de konkrete tiltakene nevnt i rapporten, er det flere avgjørende steg som kan bidra til å fremme byens langsiktige utvikling og gjøre den til en mer attraktiv regionby. For å realisere disse tiltakene må det investeres i utviklingen av Regionbyen gjennom ansettelse av en dedikert ressurs. Sentrumsressursen vil være sentral i å fremme langsiktig utvikling og strategisk byutvikling, med fokus på å styrke Kristiansunds sentrumsattraktivitet og rolle som regionby. Dette krever et sterkt engasjement og samarbeid mellom både offentlig og privat sektor for å realisere byens fulle potensiale.

Konkrete tiltak en sentrumsressurs kan følge opp

Fokus på langsiktig utvikling: Identifisere og prioritere initiativer som legger til rette for byens vekst og utvikling over tid, med målrettet bruk av byens ressurser.

Økt koordinering av prosjekter og tilbud: Aktivt samordne pågående prosjekter og utviklingsinitiativer for å skape en helhetlig strategi som forbedrer Kristiansunds bærekraft og regionale appell.

Pakketering av tilbud: Jobbe med å kombinere byens ulike tilbud, inkludert kulturelle opplevelser, naturattraksjoner, arrangementer og tjenester, for å tiltrekke flere besøkende og turister til Kristiansund.

Engasjere innbyggerne i prosjekter: Øke innbyggernes deltakelse gjennom programmer som "Påkobra Kristiansund" og smartbyutvikling, og initiere en nærmere dialog med barn, unge og barnefamilier for å kartlegge deres ønsker og behov.

Utforske målgruppens ønsker i sentrum: Utforske ønskene til ulike målgrupper når det gjelder aktiviteter og møteplasser i sentrum, med fokus på å skape varige løsninger.

Formalisere samarbeid med offentlig og privat sektor: Arbeide tett med samarbeidspartnere for å realisere tiltakene, fremme synergier og styrke samarbeidet mellom offentlig og privat sektor. Formalisering av samarbeidet vil bidra til å forankre klare forventninger.

4 Vedlegg

Vedlegg 1 - Samarbeidspartnere, ressursgruppe og gjennomførte aktiviteter

- Grete Kongshaug, By og tettstadsprogrammet, Møre og Romsdal Fylkeskommune
- Elin Kanck Lorentzen, prosjektleder, kulturavdelingen, Møre og Romsdal Fylkeskommune
- Hedda Bangsund koordinator for Campus Kristiansund, Møre og Romsdal Fylkeskommune
- Bente Elshaug, folkehelsekoordinator i Kristiansund kommune
- Erlend Lund Tvekrem, prosjektleder komunalteknikk, Kristiansund kommune
- Paul Einar Storvik, Kristiansund kommune
- Styringsgruppen i Kristiansund
- Sentrum, Ressursgruppen i Kristiansund Sentrum
- Aktører med virksomhet i Kristiansund Sentrum
- Enkeltpersoner som tidligere har vært involvert i “Kristiansund sentrum”
- Stavanger Sentrum og Molde Sentrum
- Norsk Sentrumsutvikling (NSU)
- Line Horvli, Nordveggen og Rauma sentrum
- Moa Björnsson
- Bjørnådal Arkitetstudio

Gjennomførte tiltak, aktiviteter og arrangement

- Under perioden rapporten har blitt utarbeidet har det blitt arrangert forskjellige typer datainnsamling for å skape et helhetsbilde.
- Moa Björnsson ble hyret inn for å holde innlegg på Nordmørskonferansen 1.juni 2023, og holdt en workshop ressursgruppen for sentrumsutvikling 31.mai.

- Underveis i prosessen har foreløpige resultater blitt presentert og diskutert på By og tettstadsseminar 13.-14.juni.
- Andre muligheter for å sanke data fra ikke-representerte grupper har blitt benyttet underveis, et eksempel er gjennomføringen av spørreundersøkelse ved Atlanten videregående skole i Kristiansund blant 175 avgangselever.
- I løpet av perioden har det blitt invitert til pilotprosjekter i form av kampanjedager og felles markedsføringskampanjer. Sistnevnte dekket i Tidens Krav AS.
- Videre har det blitt i samarbeid med Kristiansund Kommune blitt sendt inn en søknad til ordningen Byen som Regional Motor (BRM) for å finansiere en sentrumskoordinator samt opprettet dialog med flere resurspersoner i Mære og Romsdal Fylkeskommune.
- KNN har meldt seg inn i Norsk sentrumsutvikling





Hvordan sikre kompetanse til næringslivet på Nordmøre?

Innhold

1	Bakgrunn og formål.....	3
2	Kompetansebehovet.....	4
3	Kartlegging av utdanningstilbudene i regionen	6
	Videregående skoler på Nordmøre.....	6
	Høyere yrkesfaglig utdanning på Nordmøre	7
	Høyere utdanning på Nordmøre.....	9
	Etter og videreutdanning på Nordmøre.....	10
4	Gapet mellom kompetansebehov og tilgjengelig kompetanse	11
5	Kompetansetiltak	14
6	Veien videre	18
	Konkrete tiltak KNN kan følge opp sammen med sine samarbeidspartnere.....	19

1 Bakgrunn og formål

Forprosjektet prosjektet «Attraktive Nordmøre» som er initiert av Kristiansund og Nordmøre næringsforum, tar sikte på å utføre et forprosjekt med mål om å samle kunnskap, kartlegge, og analysere strategiske satsingsområder for å fremme varig vekst i vår region. Vår visjon er å øke attraktiviteten for både bosetting og næringsliv, i håp om å tiltrekke nye innbyggere til Nordmøre.

Vår visjon er økt attraktivitet for både bosetting og næringsliv, i håp om å tiltrekke nye innbyggere til Nordmøre samt å forhindre fraflytting.

Dette forprosjektet har mottatt støtte og prosjektmidler fra flere viktige aktører, inkludert Møre og Romsdal fylkeskommune (Sak 162685/202), Kristiansund kommune (Sak 21/040954) og Tingvoll kommune.

Hovedmålet for dette forprosjektet er å se allsidig på hva som skal til for å skape vekst på Nordmøre og hvilke tiltak som må settes i gang for å oppnå det. Vi vil også legge grunnlaget for mer målrettet samarbeid mellom Kristiansund og aktører i hele Nordmøre-regionen, med sikte på å realisere vårt felles vekstpotensial.

Prosjektet er inndelt i fire viktige delområder:

1. Næringsvekst og bærekraft: Vi vil utforske mulighetene for bærekraftig næringsvekst i regionen, med fokus på en bærekraftig fremtid.
2. Regionbyen Kristiansund: Kristiansund som regionby vil bli nøye vurdert, med tanke på hvordan byen kan bidra til å drive vekst i Nordmøre som helhet.
3. Kompetanse: Vi vil analysere kompetansebehovet i regionen og identifisere tiltak for å styrke kompetansen tilgjengelig i næringslivet.
4. Omdømme: For å tiltrekke nye innbyggere og investeringer er et sterkt omdømme avgjørende. Vi vil jobbe med å styrke regionens omdømme og øke synligheten.

I denne rapporten retter vi søkelys mot det tredje delområdet i forprosjektet "Attraktive Nordmøre," nemlig kompetanse. Her vil vi undersøke kompetansebehovet i regionen og identifisere konkrete tiltak for å forbedre tilgjengelig kompetanse innenfor næringslivet.

2 Kompetansebehovet

For å tiltrekke kompetanse, utvikle relevante utdanningsløp og implementere nødvendige tiltak, er det avgjørende å ha en grundig forståelse av kompetansesituasjonen i Nordmørere regionen.

Vi har valgt å benytte ulike metoder for å innhente vurderingsgrunnlaget. Metodene inkluderer gjennomførte undersøkelser fra KNN, tilgjengelige data fra SSB og undersøkelser gjennomført av Telemarksforskning og NHO, spissede workshop, og generell tett dialog med næringslivet og næringsinteresserte enkeltpersoner. Med denne varierte tilnærmingen har vi dannet oss et helhetlig bilde av dagens kompetansebehov på Nordmøre.

I gjennomføringen av undersøkelsene og workshops har vi vektlagt deltakelse fra et bredt spekter av aktører, inkludert utdanningsinstitusjoner, store konserner og små bedrifter innen offentlig og privat sektor. Med intensjonen om å legge til rette for økt kommunikasjon og en felles forståelse av temaet, samt å fremme diskusjoner rundt løsninger som krysser grenser mellom næringsliv og utdanning. Det oppleves også en svakere svarprosent enn tidligere undersøkelser, derfor har ekstra datainnhenting og sammenligning vært nødvendig.

I arbeidet har vi dratt nytte av kartleggingsarbeid utført av samarbeidspartnere. Sunndal Næringssselskap AS (SUNS) har gjennomført omfattende kartlegging av bedrifter i sitt nedslagsfelt, Næringslivets Hovedorganisasjon (NHO) sitt kompetansebarometer, og Møre og Romsdals «Kunnskapsgrunnlag om kompetansebehov i Møre og Romsdal», som tar utgangspunkt i rapporten «Regionale kompetanseindikatorer» støttet av Kommunal- og distriktsdepartementet.

Alt dette har til sammen gitt oss verdifullt sammenligningsmateriale og vist at Nordmøre deler mange av de samme utfordringene knyttet til kompetansemangel som resten av landet. Det generelle inntrykket er at kompetansemangel er en betydelig bekymring blant næringslivet og arbeidsgiverne i Norge og på Nordmøre.

Det komplekse temaet rundt kompetansebehov i Norge er av stor betydning for både arbeidslivet og samfunnet som helhet og påvirkes av en rekke faktorer, inkludert teknologisk utvikling, grønn omstilling, demografiske endringer og globalisering.

Spørsmålet om kompetansebehov i Norge er av stor betydning for både arbeidslivet og samfunnet som helhet. Dette komplekse temaet påvirkes av flere faktorer, inkludert teknologisk utvikling, grønn omstilling, demografiske endringer og globalisering. Nylig la regjeringen frem en melding om fremtidens kompetansebehov, der de identifiserer de viktigste utfordringene og foreslår tiltak for å sikre en kompetent og tilpassningsdyktig befolkning.

Ifølge Næringslivets Hovedorganisasjon (NHO) sitt kompetansebarometer for 2023, står hele to av tre NHO-bedrifter overfor udekkede kompetansebehov. Dette gjelder spesielt innenfor områder som krever fagbrev, fagskoleutdanning og ingeniørkompetanse. Den økende betydningen av grønn omstilling har også ført til en økt etterspørsel etter IKT-kompetanse.

En tilsvarende trend kommer frem i en kartlegging utført av Kristiansund og Nordmøre Næringsforum (KNN) i løpet av sommeren og høsten 2023. For å møte dette kompetansegapet velger mange bedrifter å oppgradere kompetansen til sine eksisterende ansatte, rekruttere arbeidskraft fra det norske arbeidsmarkedet eller å søke etter kompetanse internasjonalt.

SSB gir ytterligere innsikt i kompetansebehovet i Norge gjennom sine framskrivninger. De nyeste prognosene indikerer at etterspørselen etter arbeidskraft vil overskride tilbudet i årene som kommer. Dette skyldes faktorer som befolkningsaldring og sentralisering, som forsterker behovet for kompetanse.

3 Kartlegging av utdanningstilbudene i regionen

I dette prosjektet har vi utført en kartlegging som gir oss en oversikt over det samlede utdanningstilbudet som er tilgjengelig på dagens Nordmøre, i tillegg til de utdanningstilbudene som er under utvikling eller planlegging. Denne kartleggingen inkluderer videregående skole med fagutdanning, utdanning ved fagskolen, og høyere utdanning ved høyskolene som er representert på Nordmøre.

Videregående skoler på Nordmøre

Utdanning ved videregående skole (VGS) refererer til det nivået av utdanning som følger etter grunnskolen, og vanligvis strekker seg over tre år i Norge. Ulik løp ved VGS gir mulighet til å spesialisere seg innenfor bestemte fagområder og gir elevene en bredere forståelse av verden rundt seg. Dette nivået av utdanning gir også mulighet til å velge mellom studieforbereende programmer som gir generell studiekompetanse, eller yrkesfaglige programmer som fører til fagbrev innen spesifikke yrker. Dette nivået av utdanning gir også muligheten for å velge mellom studieforbereende programmer som gir generell studiekompetanse, eller yrkesfaglige programmer som fører til fagbrev innen spesifikke yrker.

Atlanten videregående skole

Atlanten Videregående Skole, lokalisert i Kristiansund, tilbyr et mangfoldig utvalg av studieretninger for elever. Skolen har et sterkt fokus på kreativitet og kunst, med programmer innenfor musikk, dans og drama som gir elevene muligheten til å utvikle sine talenter innen scenekunst. De tilbyr også et bredt spekter av studieforbereende kurs innenfor studiespesialisering, som gir generell studiekompetanse og åpner dørene for høyere utdanning. For elever som ønsker å fordype seg i realfag som matematikk, fysikk, kjemi eller biologi, gir Atlanten Videregående Skole muligheten til å oppnå spesiell studiekompetanse. Skolen er også dedikert til livslang læring og tilbyr kveldskurs for voksne som fører til generell studiekompetanse.

Kristiansund videregående skole

Kristiansund Videregående Skole, også lokalisert i Kristiansund, legger vekt på både yrkesfaglige utdanninger og studieforbereende programmer. De gir elevene muligheten til å forfølge fagbrev i yrker som bygg- og anleggsteknikk, elektro og datateknologi, naturbruk,

restaurant og matfag, teknologi og industrifag, salg, service og reiseliv, frisør, blomster, interiør og eksponeringsdesign, informasjonsteknologi og medieproduksjon og helse- og oppvekstfag. Samtidig tilbyr skolen programmer som gir generell studiekompetanse, noe som gir elevene muligheten til å søke høyere utdanning. Kristiansund Videregående Skole er også engasjert i inkluderende utdanning og gir undervisning til minoritetsspråklige elever med kort botid i Norge, samt språkopplæring. Kristiansund VGS har også et ressurscenter og arrangerer kurs og opplæring for voksne. Skolen tilbyr også kurs i yrkessjåførfaget.

Sunndal videregående skole

Sunndal Videregående Skole er plassert i Sunndal kommune og gir elevene muligheten til å forfølge både generell studiekompetanse og studieforbredende programmer. Skolen har spesiell ekspertise innen realfag, språk, samfunnsfag og økonomi. De gir også yrkesfaglige utdanningsmuligheter som fører til fagbrev, inkludert teknikk og industriell produksjon, bygg- og anleggsteknikk, helse- og oppvekstfag, og elektrofag.

Surnadal videregående skole

Surnadal Videregående Skole ligger i Surnadal kommune og gir både generell og spesiell studiekompetanse. Skolen tilbyr muligheter for fordypning innen realfag, språk, samfunnsfag og økonomi. I tillegg gir de yrkesfaglige utdanningsmuligheter som fører til fagbrev, som helse- og oppvekstfag, teknologi- og industrifag, elektro og datateknologi, samt bygg- og anleggsteknikk. Skolen gir også muligheten til å velge programfag innen idrettsfag, inkludert breddeidrett eller toppidrett e-sport.

Tingvoll videregående skole

Tingvoll Videregående Skole, plassert i Tingvoll kommune, gir utdanningsprogrammer som fører til generell studiekompetanse og yrkesfagutdanninger som gir fagbrev. Skolen har et bredt spekter av programmer, inkludert studieforbredende utdanning, påbygging til generell studiekompetanse, idrettsfag, helse- og oppvekstfag, bygg og anleggsteknikk, samt naturbruk.

Høyere yrkesfaglig utdanning på Nordmøre

Fagskolen Møre og Romsdal

En fagskole er en utdanningsinstitusjon som tilbyr høyere yrkesfaglig utdanning. Opptakskravet er fullført fagbrev eller realkompetanse. Formålet med fagskoler er å gi studentene praktisk kunnskap og ferdigheter som er nødvendige for å arbeide innen spesifikke yrker eller bransjer. Utdanningen ved fagskoler er kortvarig, vanligvis ett til to år, og er designet for å forberede studentene på arbeidslivet. Dette gjør fagskoler til et attraktivt alternativ for de som ønsker å raskt skaffe seg kompetanse innen et bestemt fagområde.

Fagskoleprogrammer er sterkt yrkesrettet, og de gir studentene praktisk opplæring og kunnskap som er direkte anvendbar i arbeidssituasjoner. Fagskolene samarbeider ofte tett med bransjen for å sikre at utdanningen er relevant for arbeidsmarkedets behov. Dette kan inkludere praksisplasser og prosjekter som gir studentene praktisk erfaring og innsikt. Fagskolen i Møre og Romsdal, studiested Kristiansund tilbyr:

1. Dekksoffiser (heltid):

- Dette studietilbudet er en fordypning innenfor maritime fag og ledelse som gir kompetanse som dekksoffiser. Dekksoffiserer har ansvar for navigasjon og manøvrering av skip, sikkerhet, og overvåkning av skipets drift på dekket.

2. Maskinoffiser (heltid):

- Dette studietilbudet er en fordypning innenfor maritime fag og ledelse som gir kompetanse som maskinoffiser. Maskinoffiserer er ansvarlige for drift og vedlikehold av skipets maskineri og motorer, og sørger for at skipets tekniske systemer fungerer problemfritt.

3. Prosessteknikk (heltid og deltid – nettbasert med samlinger):

- Dette studietilbudet er en fordypning i kjemi. Man får grunnleggende forståelse for kjemiske og fysikalske prosesser, prosessteknisk utstyr, energiflyt, styring og reguleringen. Utdanningen innen prosessfaget gir store arbeidsmuligheter innenfor en rekke fagfelt som for eksempel olje- og gass industri, næringsmiddelindustri og metallindustri. Studentene lærer om prosesskontroll, produksjonsteknikker, prosessoptimalisering og ledelse.

4. Psykisk helse- og rusarbeid:

- Dette studietilbudet er en videreutdanning for helsefagarbeidere innen psykisk helsearbeid og rusbehandling. Studenter vil lære om terapeutiske tilnærminger, behandlingsmetoder og omsorg for mennesker som sliter med psykiske helseproblemer eller rusavhengighet.

5. Boring (deltid - nettbasert med samlinger):

- Dette studietilbudet er en fordypning i boring som gir en god forståelse om de ulike fasene i boreoperasjoner i forbindelse med bygging av lete- og produksjonsbrønner. Man får teoretisk og praktisk forståelse om hvordan boreutstyr, borevæsker og trykkontroll styrer byggingen av en brønn.

Fagskolen i Møre og Romsdal jobber både med å videreutvikle eksisterende studier, samt utvikle nye studier for å imøtekomme behovene i de ulike sektorene.

Høyere utdanning på Nordmøre

Høgskolen i Molde - Vitenskapelig høgskole i Logistikk

Høyere utdanning refererer til opplæring og studier som vanligvis tilbys ved høyskoler, universiteter eller spesialiserte høgskoler. Dette nivået av utdanning kommer etter videregående skole og fører til akademiske grader som bachelor, master og doktorgrad. Høyere utdanning gir studenter muligheten til å fordype seg i et bestemt fagområde, utvikle spesialisert kunnskap og ferdigheter, og forberede seg på yrker som krever avansert kompetanse. Det er en viktig kilde til personlig vekst, karriereutvikling og bidrar til samfunnets behov for høykompetent arbeidskraft og forskning.

Høgskolen i Molde - Vitenskapelig høgskole i Logistikk

Høgskolen i Molde (HiMolde) er en fremtredende utdanningsinstitusjon som har etablert seg som en ledende aktør innen logistikk og transportøkonomi i Norge. Med rundt 3700 studenter og en stab på 270 ansatte, tiltrekker HiMolde seg studenter fra hele verden. Høgskolen spiller en nøkkelrolle i nasjonal forskning og utdanning innen logistikk, og samarbeider tett med anerkjente institusjoner som Transportøkonomisk institutt (TØI). HiMolde har et bredt spekter av fag- og profesjonsstudier innen helse- og sosialfag, logistikk, økonomi, sport management, informatikk, rettsvitenskap og samfunnsfag, med tre hovedavdelinger: Avdeling for logistikk (LOG), Avdeling for økonomi og samfunnsvitenskap (ØS), og Avdeling for helse- og sosialfag (HS).

I tillegg tilbyr HiMolde internasjonale utvekslingsprogrammer gjennom Erasmus og har et felles doktorgradsstudium med Høgskolen i Volda. Høgskolen har etablert en tilstedeværelse i virtuell virkelighet for e-læring, kjent som Kamimo, og er en betydningsfull bidragsyter til kunnskapsutvikling og utdanning på tvers av sektorer. Dette gir studenter en unik mulighet til å forfølge sin utdanning innen logistikk og relaterte fagområder og å delta i internasjonale utvekslingsprogrammer, og styrker HiMolde som en anerkjent utdanningsinstitusjon på nasjonalt og internasjonalt nivå.

Høgskulen i Volda

Høgskulen i Volda (HVO) ble etablert i august 1994 som en del av Høgskolereformen. I 2020 hadde HVO omtrent 4 500 studenter og 350 ansatte. HVO oppsto gjennom sammenslåingen av Møre og Romsdal distriktshøgskole Volda og Volda lærarhøgskole.

HVO tilbyr en variert portefølje av fag- og profesjonsstudier, inkludert lærerutdanning, humanistiske fag, mediefag og samfunnsfag. Studiene omfatter alt fra korte halvårsheter til lengre bachelorgrader, mastergrader og doktorgradsstudier, samt ulike kurs og videreutdanningsmuligheter. HVO er delt inn i fire avdelinger: Kulturfag, Mediefag, Humanistiske fag og lærerutdanning, samt Samfunnsfag og historie. Skolen legger stor vekt på

internasjonalisering, og studentene har muligheten til å studere i utlandet gjennom samarbeidsavtaler med utenlandske universiteter.

Dronning Mauds Minne Høgskole

Dronning Mauds Minne Høgskole (DMMH), for barnehagelærerutdanning, også kjent som Dronning Mauds Minne Høgskole, har en spesiell betydning i utdanningen av kommende barnehagelærere. Høgskolen, som har sitt hovedsete i Trondheim, har dedikert seg til å tilby enestående utdanning for denne viktige yrkesgruppen. Det som setter DMMH i en unik posisjon i Norge, er dens status som en privat høgskole organisert som en selvstendig stiftelse under Den norske kirke. DMMH har som sin primære oppgave å utdanne fremtidens barnehagelærere og bidra til å forbedre kvaliteten på barnehagetilbudet i hele landet.

En bemerkelsesverdig utvikling ved DMMH er innføringen av et deltidsstudium i Kristiansund. Dette spennende initiativet ble lansert i samarbeid med Høgskolesenteret i Kristiansund i 2019. Det har utvidet høgskolens tilbud og gir en unik mulighet for studenter i Kristiansund-regionen til å få tilgang til høykvalitetsutdanning innen barnehagelærerutdanning fra DMMH, uten behov for å reise til Trondheim. Dette deltidsstudiet i Kristiansund har åpnet dørene for flere enkeltpersoner som ønsker en karriere innen barnehagesektoren, og har styrket DMMHs engasjement for å gi verdifull opplæring til et bredere spekter av studenter over hele landet.

Etter og videreutdanning på Nordmøre

Det er flere etter- og videreutdanningstilbud tilgjengelige for den eksisterende arbeidskraften i området. Her er en oppsummering av disse tilbudene:

1. Et samarbeid mellom bedrifter i Sunndal, Surnadal og Rindal gir ansatte mulighet til å få et fagbrev nummer to innen automasjonsfaget. Undervisningen får de hos Surnadal videregående skole, og kombinerer den med praksis i bedriften. Dette tiltaket gir arbeidstakere muligheten til å videreutvikle sine ferdigheter og kvalifikasjoner innen automasjonsfeltet, noe som kan være avgjørende i en teknologidrevet arbeidsverden.
2. Hydro Aluminium AS avd. Sunndal har et desentralisert fagskoletilbud gjennom fagskolen i Viken. Tilbudet omfatter spesialisert opplæring innen en rekke områder som er relevante for Hydro sine ansatte. Det gir dem muligheten til å forbedre sine kompetanser og karrieremuligheter.
3. Et desentralisert studietilbud i samarbeid med NTNU Gjøvik innen studieretningen maskiningeniør er under utvikling. Dette vil være en betydelig ressurs for de som ønsker å en karriere innen maskinteknikk og ingeniørvitenskap og gir muligheten for å ta høyere utdanning i nærområdet.

Disse etter- og videreutdanningstilbudene er viktige for å styrke kompetansen til arbeidsstyrken i regionen og sørge for at ansatte har tilgang til relevant opplæring og

utdanning for å møte de skiftende behovene i arbeidsmarkedet. Dette vil trolig ha en positiv innvirkning på både individuelle karrierer og lokalsamfunnene som helhet.

4 Gapet mellom kompetansebehov og tilgjengelig kompetanse

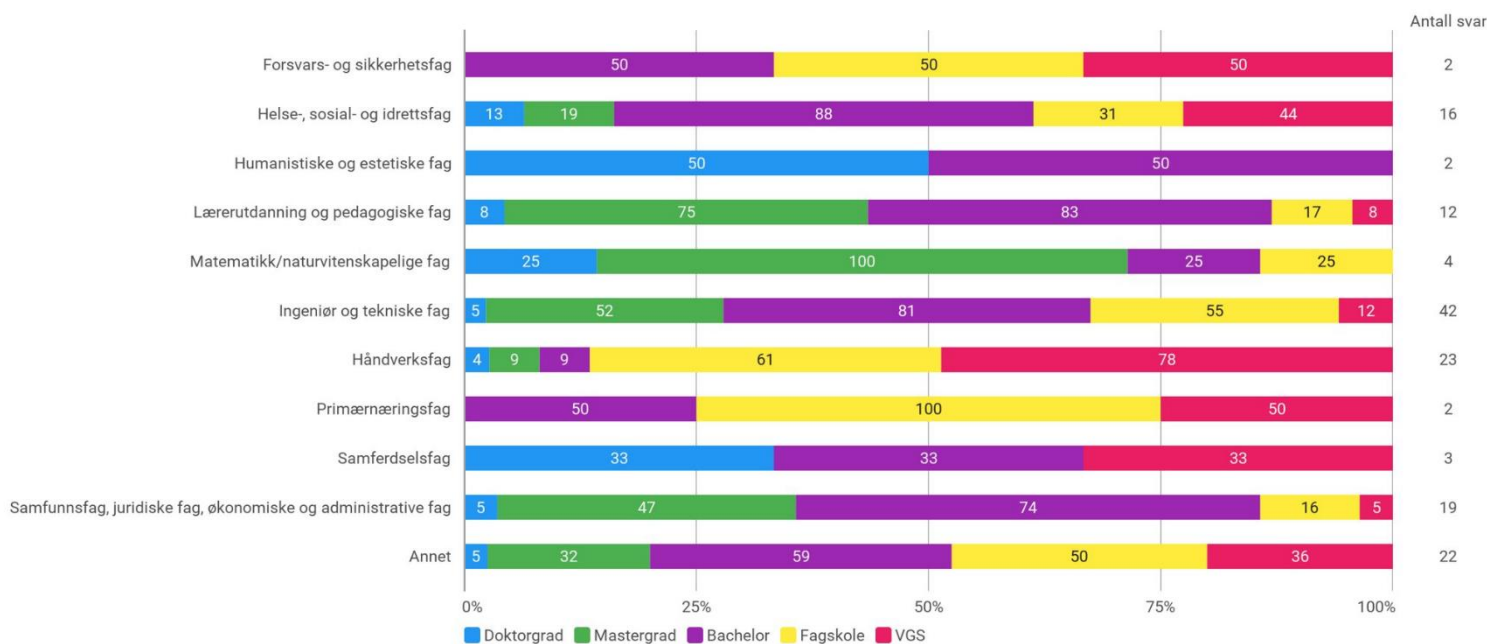
Siden fjerde kvartal 2016 har Nordmøre-regionen vært vitne til en nedgang i folketallet, en utvikling som har vært svakere enn både Møre og Romsdal som helhet, og den nasjonale trenden. Prognoser fra Statistisk sentralbyrå (SSB) indikerer en forventet stabilisering i befolkningsutviklingen mot 2040, men Telemarksforskning varsler om en potensiell nedgang på 5000-6000 innbyggere dersom ingen tiltak iverksettes. Dette skyldes hovedsakelig økt fødselsunderskudd og forventet netto utflytting fra regionen. For å forhindre en nedgang i folketallet er det avgjørende å øke regionens attraktivitet vesentlig.

Kristiansundsregionen har hatt en betydelig svakere vekst i antall arbeidsplasser sammenlignet med landsgjennomsnittet siden 2000, med en nedgang på hele 11 prosent. Veksten har i stor grad konsentrert seg i de større byene, og Nordmøre har en overrepresentasjon av arbeidsplasser i bransjer med lav vekst eller nedgang, som prosessindustri, fiskeri og havbruk.

Telemarksforskning peker på at bostedsattraktiviteten er god, men den største utfordringen ligger i arbeidsplassutviklingen i og rundt Nordmøre. Urbanisering er en fremtredende samfunnstrend, der et økende utdanningsnivå trekker unge mennesker bort fra distriktene. For å tiltrekke seg både befolkning og næringsliv Nordmøre-regionen bli konkurransedyktige alternativer til de større byregionene for å tiltrekke seg innbyggere og næringsliv. Et attraktivt regionsentrum kan fungerer som en katalysator for utviklingen, ikke bare i byen selv, men også i omlandet. Urbanisering og økt tilgjengelighet til urbane goder blir stadig viktigere faktorer for bosetting og livskvalitet. Større arbeidsmarkeder tiltrekker seg kompetansesarbeidsplasser, og derfor er det essensielt at Nordmøre-regionen kan tilby et konkurransedyktig alternativ til de større byregionene for å tiltrekke seg innbyggere og næringsliv.

Undersøkelsen KNN gjennomførte i løpet av sommer og høst 2023, gir innsikt i kompetanseutfordringene som Nordmøre-regionen står overfor, og avdekker det gapet mellom kompetansebehov og tilgjengelig kompetanse. Samlet sett gir undersøkelsen en

forståelse av de presserende kompetanseutfordringene som Nordmøre-regionen står overfor. Gjennom å identifisere gapet mellom kompetansebehov og tilgjengelig kompetanse, kan regionen arbeide mot målet om å utvikle passende tiltak for å løse disse utfordringene.



Figur 1 - Kompetanseutfordringer på Nordmøre

Våre funn viser utfordringer når det kommer til rekruttering av arbeidskraft, spesielt når det gjelder faglærte arbeidere og personer med ingeniør- og tekniske ferdigheter. Når det kommer til situasjonen rundt lærlinger, er bildet kompleks. Bedrifter rapporterer at de ikke ansetter lærlinger av ulike årsaker. Det oppgis grunner som at det skyldes mangel på søkere, kapasitetsbegrensninger i bedriften for å gi nødvendig oppfølging, eller motvillighet hos enkeltpersoner for å ta ansvar for et slikt opplæringsprogram grunnet tidligere negative erfaringer.

Deler av næringslivet oppgir at utdanningstilbudene i regionen ikke er i tråd med næringslivets behov. Dette betyr at i tillegg til utfordringen med å rekruttere arbeidskraft generelt, er det enda vanskeligere å finne arbeidskraft med spesifikke kompetanser som er nødvendige for bransjen.

I noen kommuner har bedrifter også møtt problemer som tap av arbeidskraft på grunn av boligmangel, manglende tilpasning mellom boligtilbud og arbeidstakers behov, eller mangel på relevante jobbmuligheter for partneren til den ansatte.

Det er også verdt å merke seg at ledige stillinger i vår region ofte ikke samsvarer med den kompetansen som er tilgjengelig blant arbeidsledige. Olje- og gasselskaper opplever ikke

mangel på interesse eller søkere, ettersom de rekrutterer fra hele landet. Søkere til denne bransjen kan bosette seg andre steder og er ikke avhengige av å bo i regionen for å arbeide offshore. Denne bransjen opererer også ofte med spesielle betingelser når det kommer til lønn, arbeidsvilkår og turnus. Noe som gjør den unik i forhold til andre sektorer i regionen.

Resultatene belyser flere sentrale problemstillinger

Kompetansebehov og gap - det er slående å se at nesten hver femte respondent, tilsvarende 18%, rapporterer at de opplever et betydelig udekket kompetansebehov, mens hele 59% indikerer at de opplever dette i noen grad. Dette avspeiler den alvorlige mangelen på nødvendig kompetanse innenfor regionens næringsliv. Konsekvensene er betydelige, med 19% av bedriftene som har måttet redusere sin virksomhet på grunn av dette gapet, og hele 24% som har måttet utsette eller avbryte planlagte utvidelser. Dette resulterer i en større belastning på eksisterende ansatte, som blir tvunget til å jobbe lengre timer med mer overtid, og som ofte opplever økt slitasje. Samtidig blir regionens økonomiske potensial ikke utnyttet fullt ut på grunn av dette kompetansegapet.

Rekrutteringsutfordringer - rekrutteringsutfordringene som regionens næringsliv møter, er også av stor bekymring. Hele 58% av respondentene har forsøkt å rekruttere personer uten å lykkes med å finne den ønskede kompetansen i løpet av det siste året. Dette har ført til at 42% av bedriftene ikke har klart å ansette noen i det hele tatt, og 40% har måttet gå på kompromiss med kvalifikasjonene de søkte etter og ansatt personer med annen fagkompetanse. Den største utfordringen ligger innenfor ingeniør- og tekniske fag, som rapporterer om rekrutteringsvansker i hele 42% av tilfellene, etterfulgt av håndverksfag med 23%. Dette understreker behovet for å tiltrekke og beholde kvalifiserte fagfolk innen disse kritiske områdene.

Utdanningsnivåer for rekruttering - selv om modellen påpeker rekrutteringsutfordringer på ulike utdanningsnivåer, gir den dessverre ikke spesifikke tall for antallet personer som er berørt. Det er likevel klart at det er en generell utfordring med å rekruttere riktig kompetanse, uavhengig av utdanningsnivå. Dette understreker viktigheten av å tilpasse utdannings- og opplæringstiltak for å dekke regionens mangfoldige behov og sikre at de er relevante og tilgjengelige for en bred målgruppe.

Behov for livslang læring - undersøkelsen fremhever et betydelig gap mellom den tilgjengelige kompetansen og behovene i næringslivet. Dette innebærer at det er behov for kontinuerlig kompetanseutvikling og livslang læring for å kunne møte de stadig skiftende kravene i arbeidsmarkedet. Dette vil gi en mulighet for arbeidstakere og potensielle ansatte til å oppdatere og utvide sine ferdigheter i takt med utviklingen i næringslivet.

Endringer i opplæringsloven - endringene i opplæringsloven, som gir nye muligheter både for ungdom og voksne, blir fremhevet som en positiv utvikling. Dette kan inkludere økte rettigheter knyttet til videregående opplæring, og det er viktig å tilrettelegge for livslang læring

som et grunnleggende prinsipp i utdanningssystemet. Dette vil gi en plattform for kontinuerlig kompetanseutvikling og tilpasning gjennom hele livet.

Samsvaret mellom maritim næring og Fagskolen - det er oppmuntrende å se at det er en sammenheng mellom kompetansebehovene i den maritime næringen og tilbudene som Fagskolen allerede har på plass. Dette indikerer at riktige kompetansetilbud er tilgjengelige for å møte sektorens behov. Det viser også viktigheten av å samarbeide tett med utdanningsinstitusjoner og næringslivet for å sikre at utdanningstilbudene er i tråd med arbeidsmarkedets krav.

Utfordringer for Indre Nordmøre - for Indre Nordmøre fremkommer det en spesiell utfordring, nemlig behovet for flere utdanningstilbud på fagskolenivå. Dette indikerer en klar oppfordring til å tilrettelegge for økt kompetanseutvikling i denne regionen for å møte spesifikke behov og muligheter som eksisterer der. Det er nødvendig å skreddersy utdanningstilbudene for å adressere de unike utfordringene og potensialet som finnes i denne delen av Nordmøre.

5 Kompetansetiltak

Tiltak for å øke tilgangen på relevant kompetanse i regionen

Regionen vår har enorme muligheter for vekst og utvikling, men for å realisere sitt fulle potensiale, må vi fokusere på to avgjørende elementer: kunnskapsbygging og samarbeid. Dette utgjør grunnsteinene i våre anbefalinger for den videre utviklingen.

Samarbeid om kompetanse er av avgjørende betydning. Vi kan ikke forvente at kompetanseheving skjer isolert innenfor enkeltbedrifter eller organisasjoner. Nordmøre-regionen er kjennetegnet av en rekke bedrifter med begrensede ressurser, og derfor må vi intensivere samarbeidet på tvers av sektorer og bransjer for å sikre at vi har den nødvendige kompetansen tilgjengelig.

En nøkkelfaktor er en koordinert tilnærming. For å forstå de spesifikke behovene i næringslivet og utnytte utdanningsinstitusjonenes potensial, er det avgjørende å styrke samspillet mellom disse aktørene. Dette kan realiseres gjennom strategisk samarbeid og en tydelig plan for samarbeid mellom næringslivet og utdanningsinstitusjonene.

Vi må også sette tidlig innsats i sentrum når det gjelder kompetanseutvikling. Den kommende generasjonen må være fullstendig klar over mulighetene som regionens næringsliv kan tilby. Dette kan delvis oppnås gjennom eksisterende initiativer som samarbeid med organisasjoner som Ungt Entreprenørskap, Newton-rom-konseptet, First Lego League, og at bedriftene i økt grad inviterer inn til bedriftsbesøk tidlig. Men for å optimalisere nytten av slike møteplasser,

må vi bedre koordinere disse initiativene. En helhetlig plan for samarbeid mellom utdanning og næringsliv kan være nøkkelen til å lykkes.

Sammenlagt gir disse anbefalingene en sterk retning for å øke kompetanse og samarbeid i Nordmøre-regionen. Gjennom en enhetlig innsats, tidlig involvering av den kommende generasjonen og en felles forståelse av næringslivets behov, kan vi legge grunnlaget for en bærekraftig fremtid i vår region.

I tillegg til disse overordnede anbefalingene, har KNN og deres samarbeidspartnere identifisert konkrete tiltak for å styrke kompetansen og attraktiviteten i Nordmøre-regionen. Disse tiltakene inkluderer:

1. Samling for næringsutviklere og utdanningstilbydere - en samling som involverer ulike aktører som næringsforeninger, kommunale næringsavdelinger, utdanningsinstitusjoner og andre relevante parter for å bedre forstå behovene i næringslivet og utdanningssystemets muligheter. Gjennomføringen av en slik møteplass har bekreftet signalene om økt samutvikling mellom de som tilbyr kompetanse og som har kompetansebehovet.
2. Omdømme- og rekrutteringsprosjekt - et økt samarbeid med næringsforeninger i nærliggende regioner for å styrke Nordmøre-regionens omdømme og tiltrekke seg både nåværende og fremtidige innbyggere og arbeidstakere.
3. Kommunikasjonsgrupper for bedrifter - opprettelse av kommunikasjonsgrupper for bedrifter som ønsker å forbedre sin kommunikasjonskompetanse, inkludert strategisk samarbeid med eksterne aktører.
4. Omdømmebygging gjennom attraktivitetsfaktorer - gjennomføring av undersøkelser for å identifisere regionens attraktivitetsfaktorer og styrke omdømmet gjennom synliggjøring.
5. Intern kommunikasjon av regionens fortrinn - bedre intern kommunikasjon om arbeidsmarked og muligheter i Nordmøre-regionen. Man må snakke godt om eget hjem hvis man skal overbevise de utenfor.
6. Etablere nettverk av topledere - etablering av et nettverk av topledere som har et sterkt samfunnsansvar og ønsker å bidra til regionens utvikling.

Disse tiltakene vil bidra til å bygge kompetanse, øke omdømmet og styrke samarbeidet i Nordmøre-regionen, og legge grunnlaget for en mer konkurransedyktig og attraktiv region for innbyggere og næringsliv.

Tiltak for å beholde og tiltrekke seg kompetansearbeidsplasser

I dagens stadig skiftende og konkurransedyktige arbeidsmiljø er tilgangen på kompetanse og evnen til å beholde denne kompetansen av avgjørende betydning for en regions økonomiske vekst og bærekraft. Å tiltrekke seg, utvikle og beholde kompetansearbeidsplasser er en sentral strategi for samfunn og næringsliv. I denne konteksten blir det klart at å implementere målrettede tiltak for å fremme tilstrømning av ny kompetanse og samtidig sikre at den eksisterende kompetansen forblir i regionen, er kritisk. I arbeidet med å beholde og tiltrekke seg kompetansearbeidsplasser i regionen Nordmøre, har flere tiltak blitt implementert for å fremme denne målsetningen. De nevnte tiltakene er representative eksempler og ikke utfyllende.

1. Kom Trainee – regional traineeordning - hovedmålet med Kom Trainee er å tilføre regionen ny, ung, og spennende kompetanse. Siden oppstarten i 2006, har 67% av deltakerne i ordningen valgt å bosette seg og arbeide i regionen.
2. Campus Kristiansund Internship Program – er et internasjonalt bærekraftsinternship program for å tiltrekke seg kompetanse innen bærekraft fra ulike deler av verden på masternivå. Årets deltakerkull består av 10 personer fra 8 ulike nasjoner. Fylkeskommunen, Kristiansund Kommune, og tidligere Norsk Bærekraftssenter, er aktørene bak programmet, støttet av samfunnsengasjerte hovedsponsorer.
3. U37 Nordmøre er et nettverk for arbeidstakere under 37 år i privat og offentlig sektor på Nordmøre. Gjennom nettverket ønsker vi å synliggjøre den lokale kompetansen på Nordmøre og skape en engasjerende arena for unge arbeidstakere.
4. Arena - organisasjonen Arena har som mål å bidra til å skape økt bolyst for unge arbeidstakere og studenter i Kristiansund. Dette gjøres ved å arrangere ulike møteplasser for målgruppen gjennom året. Arena er en politisk og religiøst uavhengig organisasjon.
5. Økte forsøk i forståelsen av "Neste Generasjon Arbeidstakere" - på grunn av kontinuerlige endringer i arbeidslivet, er det behov for bedre forståelse av hvordan både arbeidstakere og arbeidsgivere kan tilpasse seg nye krav og forventninger.
6. Fleksibilitet og digitalisering - bedrifter utnytter i økende grad teknologiens muligheter for å tilby arbeidstakere større fleksibilitet når det gjelder arbeidssted. For å optimalisere dette, er det viktig at bedrifter er oppdatert på fjernarbeidsmetodikk. Prosjekter som EU-prosjektet DistanceLab bidrar til å bygge lokal kompetanse på dette området.
7. Næringshager, «co-working spaces» og Campus Kristiansund - etableringen av arbeidsplass-huber på Nordmøre, med tilknytning til utviklingsmiljø og Campus Kristiansund, har som mål å tiltrekke studenter og unge arbeidstakere og gi dem muligheten til å bygge nettverk og utforske mulighetene i regionen.

8. Synliggjøring av kompetansebehov - regionen arbeider med å tydeliggjøre sitt kunnskapsgrunnlag angående behovet for kompetanse, og dette er i tråd med målene i Fylkesstrategi for kompetanse 2024–2027.
9. Markedsføring av regionen - regionen har igangsatt markedsføringsinitiativer for å vise frem mulighetene som finnes her.

Disse tiltakene er nøkkelkomponenter i å opprettholde og forsterke kompetansearbeidsplassene i Nordmøre. Samtidig styrker nettverksbyggingen og kunnskapsdelingen blant unge arbeidstakere regionens attraktivitet som et sted å arbeide og bo. Effektene av disse tiltakene har økt tilstrømning av ny kompetanse, både nasjonalt og internasjonalt, og er tiltak som må videreutvikles.

Tiltak for å styrke samarbeidet mellom næringsliv, utdanningsinstitusjoner og offentlige aktører

I dagens stadig mer konkurransedyktige og dynamiske arbeidsmiljø er samarbeidet mellom næringsliv, utdanningsinstitusjoner og offentlige aktører av avgjørende betydning. Det er nøkkelen til å fremme innovasjon, kunnskapsdeling og økonomisk vekst, spesielt i regioner som Nordmøre. Samkoordinering og samutvikling kreves for å styrke samarbeidet mellom disse aktørene og deres felles innsats for å møte utfordringer og muligheter.

For å skape et bærekraftig og konkurransedyktig arbeidsmiljø i Nordmøre-regionen, er det avgjørende å fremme samarbeidet mellom næringsliv, utdanningsinstitusjoner og offentlige aktører. Aktørene må samarbeide for å videreutvikle allerede eksisterende nettverk og møteplasser. Slike møteplasser gir en arena for nøkkelaktørene i regionen å samles, utveksle ideer, og diskutere felles utfordringer og muligheter. Næringsutviklere på Nordmøre er et nettverket har vist seg å være nyttig for å styrke samarbeidet mellom ulike aktører i regionen. En annen viktig faktor er synliggjøring og kommunikasjon av samarbeid mellom næringslivet og FoU-miljøet. Dette bidrar til å øke bevisstheten om eksisterende samarbeidsprosjekter og kan inspirere til nye samarbeid. Å dele suksesshistorier og resultater av samarbeid kan også bidra til å øke engasjementet blant potensielle deltakere. Dette er en felles innsats som krever engasjement fra alle næringsutviklere på Nordmøre, og det ønskede resultatet er økt samarbeid. Dette og lignende initiativ vil spille en sentral rolle i å styrke samarbeidet mellom næringsliv, utdanningsinstitusjoner og offentlige aktører, og fremme innovasjon og bærekraftig vekst i Nordmøre-regionen.

6 Veien videre

For å møte fremtidens utfordringer og sikre bærekraftig økonomisk vekst i Nordmøre-regionen, er det avgjørende at vi fokuserer på to overordnede stikkord: kunnskapsbygging og samarbeid. Disse to elementene utgjør hjørnesteinene i våre anbefalinger for det videre arbeidet.

Samarbeid om kompetanse er en kritisk faktor. Vi kan ikke forvente at kompetanseløftet skjer ved innsats fra enkelte bedrifter eller organisasjoner alene. Nordmøre-regionen er kjennetegnet av mange små bedrifter med begrensede ressurser. Derfor må vi i større grad samarbeide på tvers av sektorer og bransjer for å sikre at vi har den nødvendige kompetansen tilgjengelig.

En koordinert tilnærming er nøkkelen. For å forstå næringslivets behov og utdanningsinstitusjonenes muligheter, må samspillet mellom disse aktørene styrkes. Dette kan oppnås gjennom strategisk samarbeid og koordinering. En tydelig og målrettet plan for samarbeid mellom næringslivet og utdanningsinstitusjoner kan bidra til å identifisere behov, ressurser og muligheter på en mer effektiv måte.

Vi må også erkjenne viktigheten av å starte tidlig når det gjelder kompetanseutvikling. Den neste generasjonen må være kjent med mulighetene som næringslivet i vår region kan tilby. Dette kan allerede i dag delvis oppnås gjennom samarbeid med organisasjoner som Ungt Entreprenørskap, Newton-rom-konseptet, First Lego League, og gjennom bedriftsbesøk. Men for å maksimere verdien av slike møteplasser og metoder, må vi koordinere disse initiativene bedre. En overordnet plan for samarbeid mellom utdanning og næringsliv kan være nøkkelen. Eksempler som Vekst i Hareid har utviklet en slik plan som inkluderer bedrifter, skoler, Ungt Entreprenørskap og Næringsforum, som kan fungere som en inspirasjon.

Sammensatt gir disse anbefalingene en solid vei fremover for å styrke kompetansen og samarbeidet i Nordmøre-regionen. Gjennom en koordinert innsats, tidlig involvering av den kommende generasjonen og en felles forståelse av næringslivets behov, kan vi legge grunnlaget for en bærekraftig fremtid i vår region.

Konkrete tiltak KNN kan følge opp sammen med sine samarbeidspartnere

For å fremme kompetanseutvikling og øke attraktiviteten i Nordmøre-regionen, har KNN og deres samarbeidspartnere identifisert en rekke konkrete tiltak som vil bli satt i gang:

1. Samling for næringsutviklere og utdanningstilbydere - det har blitt arrangert en samling som involverer næringsforeninger, næringsavdelinger i kommunene, fylkeskommunen, Vindel, Innveno, Suns, Fagskolen, videregående skoler og høyskoler. Målet med denne samlingen er å sikre at næringslivet får den nødvendige kompetansen de trenger. Gjennom samarbeid og dialog kan behovene identifiseres og tiltak utvikles for å møte dem.
2. Omdømme- og rekrutteringsprosjekt - dette er et samarbeidsprosjekt med næringsforeningene i Molde, Ålesund og Kristiansund. Prosjektet har som mål å definere hvilke områder som er viktige for å gjøre regionen attraktiv for både nåværende og fremtidige innbyggere og arbeidstakere. Gjennom felles innsats vil omdømmet til regionen styrkes.
3. Kommunikasjonsgrupper for bedrifter - det vil bli opprettet kommunikasjonsgrupper med deltakere fra bedrifter som ønsker å styrke sin kommunikasjonskompetanse. Dette inkluderer å finne strategiske samarbeidspartnere, som for eksempel Trigger Academy, som kan hjelpe bedriftene med å utvikle en helhetlig kommunikasjonsstrategi for regionen. Effektiv kommunikasjon er avgjørende for å bygge omdømme og tiltrekke seg kompetanse.
4. Omdømmebygging gjennom attraktivitetsfaktorer - det vil bli gjennomført undersøkelser for å kartlegge hvilke faktorer som gjør Nordmøre-regionen attraktiv for sine innbyggere. Dette inkluderer å identifisere nærværsfaktorer og å utforske hvorfor folk velger å bo i regionen. Resultatene av slike undersøkelser vil bidra til å utvikle tiltak som styrker regionens omdømme.
5. Intern kommunikasjon av regionens fortrinn - det vil bli lagt vekt på å kommunisere tydeligere om regionens fortrinn internt i fylket. Dette er viktig for å øke bevisstheten om arbeidsmarkedet og mulighetene som finnes i Nordmøre-regionen. Bedre intern kommunikasjon kan også oppmuntre til økt mobilitet og flytting internt i fylket.
6. Etablere nettverk av toppledere - det vil bli etablert et nettverk av toppledere i regionen som deler et sterkt samfunnsansvar og ønsker å bidra til utviklingen av Nordmørsregionen. Dette nettverket vil kunne fungere som pådrivere for positive endringer og samarbeidsinitiativer som styrker regionen.

Disse konkrete tiltakene vil bidra til å bygge kompetanse, øke omdømmet og styrke samarbeidet i Nordmøre-regionen, og dermed legge grunnlaget for en mer konkurransedyktig og attraktiv region for innbyggere og næringsliv.



Omdømmeanalyse 2023

Innhold

1	Bakgrunn og formål	3
2	Hva er omdømme?	4
	Betydningen av omdømme for stedsutvikling	5
	Tipunktsmodellen	5
	Omdømmebygging starter innenfra	6
3	Bakgrunn	7
	Om Nordmøre og regionbyen Kristiansund	7
4	Lignende eksempler	9
	Drammen	9
	Hardanger	10
5	Hvor står vi i dag?	12
	Om Respons Analyse sin attraktivitetsundersøkelse	12
	Situasjonsbeskrivelse av omdømmet til Kristiansund og Nordmøre	13
	Hvor trykker skoen?	19
6	Veien videre	20
	Innledende motivasjon for å gjøre «jobben»	20
	Suksesskriterier	20
	Konkrete tiltak KNN kan følge opp sammen med sine samarbeidspartnere	22

1 Bakgrunn og formål

Forprosjektet «Attraktive Nordmøre» er initiert av Kristiansund og Nordmøre Næringsforum (KNN), tar sikte på å utføre et forprosjekt med mål om å samle kunnskap, kartlegge, og analysere strategiske satsingsområder for å fremme varig vekst i vår region. Vår visjon er å øke attraktiviteten for både bosetting og næringsliv, i håp om å tiltrekke nye innbyggere til Nordmøre.

Dette forprosjektet har mottatt støtte og prosjektmidler fra flere viktige aktører, inkludert Møre og Romsdal fylkeskommune (Sak 162685/202), Kristiansund kommune (Sak 21/040954) og Tingvoll kommune.

Hovedmålet for dette forprosjektet er å se allsidig på hva som skal til for å skape vekst på Nordmøre og hvilke tiltak som må settes i gang for å oppnå det. Vi vil også legge grunnlaget for mer målrettet samarbeid innenfor Kristiansund og hele Nordmøre-regionen, med sikte på å realisere vårt felles vekstpotensial.

Prosjektet er inndelt i fire viktige delområder:

1. Næringsvekst og bærekraft - vi vil utforske mulighetene for bærekraftig næringsvekst i regionen, med fokus på en bærekraftig fremtid.
2. Regionbyen Kristiansund - Kristiansund som regionby vil bli nøye vurdert, med tanke på hvordan byen kan bidra til å drive vekst i Nordmøre som helhet.
3. Kompetanse - vi vil analysere kompetansebehovet i regionen og identifisere tiltak for å styrke kompetansen tilgjengelig i næringslivet.
4. Omdømme - for å tiltrekke nye innbyggere og investeringer er et sterkt omdømme avgjørende. Vi vil jobbe med å styrke regionens omdømme og øke synligheten.

Denne rapporten er en del av fire deler av forprosjektet "Attraktive Nordmøre". Rapporten undersøker viktigheten av et sterkt omdømme når det gjelder å tiltrekke seg nye innbyggere og investeringer i Nordmøre-regionen. Regionen har mye å by på, med sin vakre natur, rike historie og varierte kulturliv. Likevel er det nødvendig å øke synligheten og forbedre omdømmet for å realisere sitt fulle potensiale.

I denne rapporten vil vi først gi en grundig introduksjon til begrepet omdømme og dets betydning for stedsutvikling. Deretter vil vi presentere en situasjonsbeskrivelse av omdømmet til Nordmøre og Kristiansund, basert på en grundig undersøkelse gjennomført av

Respons Analyse i november 2022. Gjennom denne undersøkelsen har vi fått verdifull innsikt i hvordan regionen blir oppfattet av både innbyggere og potensielle interessenter.

Videre vil rapporten trekke på eksempler fra andre regioner som har lyktes med å styrke sitt omdømme, og vi vil foreslå konkrete tiltak som kan bidra til å forbedre omdømmet til Nordmøre. Dette vil inkludere strategier for markedsføring, samarbeid mellom ulike aktører, og metoder for å bygge en tydelig og positiv Nordmørsidentitet.

Målet med denne rapporten er å gi et solid grunnlag for videre arbeid med å styrke regionens omdømme og dermed legge til rette for økonomisk vekst og tilstrømning av kompetent arbeidskraft. Vi håper at våre funn og anbefalinger vil inspirere tiltak som bidrar til å realisere Nordmøre-regionens fulle potensiale som et attraktivt sted å bo, jobbe og investere.

2 Hva er omdømme?

«Omdømme» kommer av det norrøne *umdømi* som betyr «dom» eller «avgjørelse»¹.

I dag benyttes omdømmebegrepet ofte i betydningen renommé, eller om den verdien en virksomhet eller merke kan ha utenom deres håndfaste og materielle verdier. Ofte brukes omdømmebegrepet også i sammenheng med en virksomhets «image» og rykte.

Olav Elgvin har i Fafo notat 2013:04² tatt for seg faglitteratur om omdømme, og spesifikt i kommunesektoren. Ifølge Elgvin kom det første generelle akademiske arbeidet på norsk om omdømme og omdømmebygging i offentlig sektor i 2011, da forskerne Arild Wæraas, Haldor Byrkjeflot og Svein Ivar Angell ga ut antologien *Substans og framtrede*n (Universitetsforlaget).

Det finnes ikke en ensartet definisjon av omdømmebegrepet. En mye brukt «arbeidsdefinisjon» er likevel «det inntrykket omgivelsene har av virksomheten» eller «omgivelsenes oppfatning av en organisasjon over tid». Med andre ord et immaterielt bilde og handler omdømme om hvordan eksterne, og da særlig en bestemt målgruppe, opplever en bedrift eller organisasjon.

Eksterne interessenter har gjerne også forventninger til hva en virksomhet skal levere, og virksomhetens omdømme påvirkes av om de leverer i forhold til disse forventningene. Vi kan dermed tenke på omdømme som noe som skapes i skjæringspunktet mellom oppfatning og forventning. Det er ikke bare hva som leveres (opplevelsen) som avgjør omdømmet, men også hva som leveres i forhold til hva som ble lovet (forventningene). Hvis ikke forventningene innfris er det risiko for at virksomheten opplever et omdømmetap. Forventningsstyring er derfor også en viktig del av omdømmearbeidet.

¹ [omdømme - Det Norske Akademis ordbok \(naob.no\)](#)

² [4 faglitteratur om omdømme i kommunesektoren.pdf \(regjeringen.no\)](#)

Omdømmebegrepet er heller ikke bare todimensjonalt. I tillegg til å variere mellom negativt til positivt omdømme, kan omdømme også variere mellom svakt og sterkt. Et svakere omdømme for eksempel som følge av manglende kjennskap vil generelt innebærer en risiko, fordi omdømmerommet da kan fylles av uheldige enkelthendelser, myter og misforståelser som dermed får uforholdsmessig stor innvirkning på omdømmet.

Betydningen av omdømme for stedsutvikling

Et godt omdømme har mange positive effekter. I et globalisert samfunn med en overflod av informasjon og mange valgmuligheter, tenderer mennesker til å velge det som er kjent og det som har et positivt omdømme.

Generelt vil et godt omdømme derfor kunne bidra til økt tillit og at målgruppen velger dem og deres tjenester framfor konkurrentene: kundene kan være villig til å betale mer for produkter som med et godt omdømme. Det kan også bli lettere å rekruttere eller beholde ansatte i en bedrift med godt omdømme. Videre kan et godt omdømme også påvirke mediedekningen positivt, eller fange investorers interesse.

Elgvin (2013) finner i sin gjennomgang av litteraturen at bakgrunnen for at mange kommuner driver med omdømmebygging handler om å tiltrekke seg tilflyttere og næringsliv. Det er med andre ord kommunen som sted og lokalsamfunn som omdømme skal bygges på, og som er produktet skal selges. I denne «salgsprosessen» er kommunikasjon et avgjørende verktøy og en viktig driver i omdømmebyggingen. Et sted kan ha alle forutsetninger for vekst og tilflytting, men det hjelper ikke dersom ingen kjenner til stedet, eller stedet har et negativt omdømme. Kommunikasjon kan være skriftlig eller muntlig, verbal eller non-verbal. Sistnevnte inkluderer også bilder, design, skrifttyper, logoer, farger og symboler.

Tipunktsmodellen

Tipunktsmodellen for lokalt utviklingsarbeid³ er et teoretisk rammeverk for arbeidet med å utvikle gode steder å bo, besøke, og drive næring. Modellen er dynamisk: utviklingsarbeidet kan enten gjennomføres steg for steg, ta utgangspunkt i deler av metodikken, eller i den rekkefølgen som passer best. Modellen handler i hovedsak om to ting: For det første må stedet finne sine faktiske kvaliteter og utnytte disse på en strategisk måte i utviklingsarbeidet. For det andre handler det om å kommunisere disse kvalitetene til målgrupper en vil nå.

De ti punktene i modellen er:

1. **Målanalyse:** Hva vil vi? Tydelige og omforente mål er grunnlaget for en strategi om lokal utvikling.

³[10-punktsmodellen for lokalt utviklingsarbeid – Distriktsenteret](#)

2. **Kartlegge stedskvaliteter:** Hvilke kvaliteter har vi å bygge videre på? Den videre stedsutviklingen må bygge på disse.
3. **Samfunnsanalyse:** Hvilke strømninger og utviklingstrekk skjer rundt oss? For å nå målene og oppnå maksimal lokal utvikling er det viktig å utnytte disse.
4. **Målgruppeanalyse:** Hvilke enkeltpersoner og aktører kan bidra til ønsket utvikling? Gjør en analyse av hvem disse er, og hva de står for.
5. **Identitets- og omdømmekartlegging:** Hvilke assosiasjoner har egne innbyggere og omverdenen? Kartlegg nåsituasjonen. En identitets- og omdømmekartlegging avdekker hvilke styrker og svakheter som må hensyntas.
6. **Valg av posisjon:** En tydelig posisjon bygger på to komponenter: i) strategisk utvikling av reelle stedskvaliteter og ii) kreativ kommunikasjon av eksisterende stedskvaliteter og utviklingen av nye.
7. **Forankring:** Hvilke aktører er vi avhengige av å ha med på laget? Mange aktører lokalt må dra lasset sammen om vi skal lykkes i det strategiske utviklingsarbeidet og ta en tydelig posisjon.
8. **Handlingsplan:** Handlingsplanen må beskrive både utviklingstiltak og kommunikasjonstiltak som bidrar til å bygge opp under ønsket posisjon.
9. **Organisering og finansiering:** God organisering og finansiering er viktig for å sikre resultater og det langsiktige perspektivet i utviklingsarbeidet.
10. **Langsiktig utviklings- og kommunikasjonsarbeid:** En tydelig posisjon og store utviklingsresultater oppnås gjennom jevnt og tålmodig arbeid over lang tid. Kommunikasjonstiltakene er det siste lille ekstra som bidrar til full effekt av utviklingstiltakene.

Omdømmebygging starter innenfra

Omdømmebygging tar tid og prosessen kan grovt sett deles inn i tre faser.

Første fase er analyse og grunnlagsarbeid, og favner typisk de fem første punktene i tipunktsmodellen. Kartlegging, analyser og datainnsamling danner så utgangspunkt for å definere problemet og målet man ønsker å oppnå. En korrekt problembeskrivelse er nødvendig for å kunne velge treffsikre tiltak. Det er derfor viktig å bruke god tid på analysefasen *før* man begynner å iverksette tiltak.

Andre fase handler om forming av identitet og identitetsbygging, og omfatter blant annet valg av posisjon og forankring (punktene seks og syv i tipunktsmodellen). En bevisst strategi for omdømmebygging handler dypest sett om å identifisere regionens kjerneverdier og «finne seg sjæl», før man går ut og forteller hvem den er. Det er i denne forbindelse viktig at innbyggerne kjenner seg igjen i narrativet som beskrives. Identiteten som formidles må bygge på reelle omstendigheter og være godt forankret. Først da kan tiltakene bli ordentlig treffsikre, og omdømmet virkelig forbedres.

Når en identitet er utviklet kan de konkrete grepene og strategien for forbedret omdømme utvikles. Som for fase én er det viktig å sett av nok tid til fase to: både fordi det er avgjørende å treffe på kommunikasjonen, men også fordi fase to er viktig for forankringen og for å bygge ambassadører og entusiasme i kommunene, næringslivet, organisasjonsliv, media, og befolkningen for øvrig. Omdømmebygging starter innenfra, og det er helt avgjørende å få folk med på prosjektet.

Siste fase er koordinering og implementering av omdømmearbeidet lokalt og nasjonalt. Det svarer til de tre siste punktene i tipunktsmodellen. Kommunikasjon kan ikke *alene* bygge et godt omdømme, men med en felles historie og god forankring kan det bygge stolthet internt, som igjen bidrar til å øke attraktiviteten eksternt. Det betyr også at det ikke er ett enkelt tiltak eller kampanje som løser problemene og sørger for økt tilflytting til regionen, og det er viktig å ha et realistisk forhold til at ting tar tid. Koordinering og implementering av omdømmearbeidet i kommunens planer (næringsplan etc.) gir innholdet i omdømmearbeidet en reell verdi for berørte, og ser ut til å være et vesentlig element for å lykkes.

3 Bakgrunn

Om Nordmøre og regionbyen Kristiansund

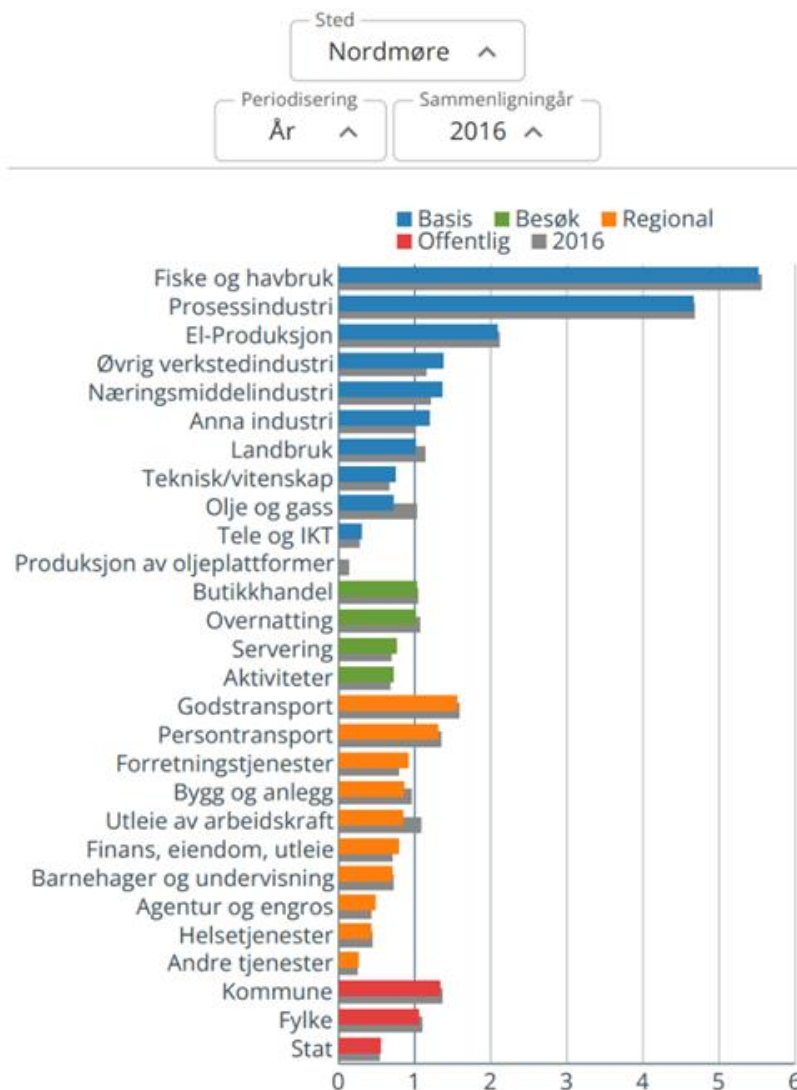
— Nordmøre er et fantastisk område. Fine folk og vakker natur med mye hav og fjell. Hver kommune har sin kvalitet. (Knut Hansen, administrerende direktør NEAS).

Nordmøre er en region i det nordøstlige Møre og Romsdal fylke som består av 8 kommuner (Kristiansund, Averøy, Aure, Smøla, Tingvoll, Surnadal, Sunndal, og Gjemnes) med en samlet befolkning på omtrent 53 974 (2021). Regionen strekker seg over et område på litt over 6 000 kvadratkilometer og består av både byer, tettsteder og landlige områder.

Kristiansund er regionhovedstaden på Nordmøre og har en befolkning på omtrent 24 000 (2022). Byen utgjør et viktig nav og på mange måter en livsnerve i regionen. Kristiansund er

kjent for historie

sin rike og



kulturarv, spesielt innen fiskeindustrien og klippfiskproduksjon. Byen er også kjent for sin beliggenhet ved havgapet og er et populært reisemål for turister som ønsker å oppleve den vakre kystnaturen i området.

Næringslivet på Nordmøre er dominert av prosessindustri, fiske og havbruk. Sammenlignet med resten av landet har regionen også en høyere andel av bransjene el-produksjon, øvrig verkstedindustri, næringsmiddelindustri og annen industri. Videre står også basisnæringene sterkt i regionen.

Figur 1 -Lokaliseringskvotienter for ulike bransjer i Nordmøre. Kilde: Telemarkforskning.

Folketallet på Nordmøre har vokst i den siste tiårsperioden, til tross for en nedgang de fem siste årene. Det var særlig høy nettoinnvandring som sørget for vekst i folketallet i regionen fram til 2016. Etter at innvandringen har avtatt har regionen også fått nedgang i folketallet ⁴.

Videre er det en økning i andelen eldre og en nedgang i andelen unge i regionen. Framskrivninger viser at befolkningen vil øke moderat i årene som kommer, men at det er forventet en fortsatt aldrende befolkning. Dette i kombinasjon med færre fødsler, gjør det nødvendig med netto tilflytting skal regionen unngå videre befolkningsnedgang.

Med unntak av 2020, har utviklingen i antall arbeidsplasser i regionen har vært mye svakere enn i resten av landet, og dette har også påvirket tilflyttingen. Det har vært vekst i antall arbeidsplasser i offentlig sektor, men også her har veksten vært lavere enn i resten av landet. I næringslivet har antall arbeidsplasser gått ned. Til tross for dette er flyttetallene bedre enn forventet.

Spådommen til Telemarksforskning er at folketallet på Nordmøre sannsynligvis reduseres frem mot 2040. Samtidig pekes det på at denne utviklingen kan bremses ved hjelp av å skape positiv attraktivitet for næringsliv og bosetting. Men at det krever noen aktive grep for å motarbeide den fremskrevne utviklingen.

4 Lignende eksempler

Drammen

Snuoperasjonen i Drammen er kanskje ett av de aller best kjente omdømmeprojektene i Norge. Byen toppet en gang listen over Norges minst attraktive byer, og var på 80- og 90-tallet primært stemplet som «harry». I dag har byen ikke bare klart å gjenskape seg selv som et vakkert sted, men også fått omverdenen til å se det. Drammen opplever både tilflytting og næringsutvikling, har fått høyskole, og drammenserne er i økende grad stolte av byen sin. Drammen blir nå trukket fram i forskningslitteraturen som et særdeles vellykket eksempel på byutvikling.

Omdømmeprojektet i Drammen (2005-2011) skulle blåse liv i Drammen sentrum gjennom større kommersiell aktivitet og kulturelle opplevelser, blant annet ved å legge mer vekt på estetiske verdier, god tilrettelegging og tilgjengelighet, samt skape ett sentrum. «Elvebyen Drammen» ble lansert som identitet og benyttet som merkevare. Tradisjoner og særpreg skulle videreutvikles.

⁴ Telemarksforskning: Regional analyse for Nordmøre 2021, lest 27.02
<http://www.telemarksforskning.no/publikasjoner/regional-analyse-for-nordmore-2021/3963/>

Det er verdt å merke seg at det var mye mer enn bare kommunikasjonen om byen som ble løftet: Fra 90-tallet gjennomgikk Drammen et vesentlig ansiktsløft, der særlig tre store prosesser tok sikte på å gjøre Drammen til en estetisk vakrere by: 1) gjennomkjøringstrafikken flyttet ut av bykjernen, 2) Drammenselven ble renset opp, og 3) bybildet og arkitekturen i byen ble modernisert og fornyet.⁵ Omdømmearbeidet satte i gang *etter* at denne byfornyelsen var gjennomført.

I forkant av omdømmeprosjektet ble det også gjort omfattende analyser for å sikre at strategien var godt forankret i byen. Til sammenligning ble det igangsatt en mislykket kommunikasjonskampanje på 90-tallet, der Drammen ble lansert som «Norges Venezia». Lærdommen fra den gang var å ikke selge mer enn man har.⁶

En annen suksessfaktor som blir trukket frem er det tydelige og gode samarbeidet mellom kommunen, næringslivet, næringsforeningen og sted- og bylivsutviklingsselskapet «Byen Vår Drammen», som ga prosjektet en tyngde. Prosessen var ikke styrt top-down, men inkluderte mange aktører helt fra starten. Det var et byprosjekt, ikke et kommunalt prosjekt. En viktig faktor var også den brede og aktive involveringen av innbyggerne, som også bidro til bevisstgjøring rundt Drammens kvaliteter, økt stolthet og eierskap til byutviklingen, og gjorde mange innbyggere til viktige ambassadører for byen.

Daværende daglig leder i «Byen Vår Drammen», Per-Øyvind Mørk, legger vekt på ressurspersoner og ambassadører som fikk ting til å skje. «Det var enkeltpersoner som så muligheter for å utvikle byen videre. Drammens Tidende, med redaktør Hans Arne Odde i spissen, var også viktig i omdømmebyggingen. Selv om media selvsagt skal være kritiske i nyhetsdekningen, kan de også være en tydelig heiagjeng i omdømmesaker. (...) Samtidig er det også en del familieeide selskaper her i byen som man kan henvende seg til, og som kan være gode ambassadører for næringslivet i byen.

Hardanger

Et annet interessant case, og som involverer en hel region, er Hardanger. Utgangspunktet her var en negativ befolkningsutvikling, og en sterk sentralisering til Bergen og områdene rundt. Tradisjonelle industriarbeidsplasser har også forsvunnet. Dette gjorde Hardanger til Hordalands tynneste bosatte region.⁷ «Flytt til Hardanger» (senere «Flytt til Hardanger-attraktive bokommunar») var et omfattende omdømmeprosjekt (2007- 2015) som skulle skape tilflytting til regionen gjennom å utvikle attraktive bokommuner. Målgruppen var utflyttede hardinger, småbarnsfamilier, samt såkalte «livsstiltilflyttere» fra utlandet i alderen 25 – 45 år.⁸

⁵ [4 faglitteratur om omdømme i kommunesektoren.pdf \(regjeringen.no\)](#)

⁶ [Arkivert artikkel: Elvebyen Drammen – Distriktssenteret](#)

⁷ [Hardanger – Store norske leksikon \(snl.no\)](#)

⁸ [Flytt til Hardanger – Distriktssenteret](#)

Prosjektet ble satt i gang av politikere i regionen, og var et samarbeid mellom Hardangerrådet (prosjektansvarlig), Hordaland fylkeskommune og alle kommunene i regionen; Granvin, Ulvik, Eidfjord, Kvam, Ullensvang, Jondal og Odda. Styringsgruppen bestod av alle rådmennene, leder av ordførerkollegiet, to fra næringslivet, to ungdommer, to fra Hordaland fylkeskommune og daglig leder i Hardangerrådet. Ifølge prosjektleder i «Flytt til Hardanger», Anette T. Hjeltnes, var den brede involveringen en styrke i prosjektet, men også krevende.

Helt i starten av prosjektet ble det gjennomført en analyse for å avdekke unge voksnes preferanser og praksiser med tanke på flytting. Det ble også gjennomført intervju og sendt ut spørreskjema. Sammen med prosjektlederen identifiserte kommunene fokusområder som det ble arbeidet med videre i prosjektet. Ett slik satsingsområde var kunst og kultur. Gjennom prosjektet «Kvammalokk» stilte eksempelvis Kvam til rådighet det nedlagte smelteverket Messen, der åtte kunstnere nå har fast arbeidssted.⁹

Prosjektets hovedmål var å markedsføre regionens tilbud og kvaliteter, og på den måten snu flyttestrømmen. Blant de viktigste salgsargumentene var at regionen kunne tilby livskvalitet og et trygt oppvekstmiljø. Etter hvert ble det også lagt til et mål om å styrke identiteten i regionen, og framstå som én region snarere enn syv enkeltkommuner.¹⁰ Tiltak inkluderte arrangementer utenfor kommunen for å rekruttere folk, brosjyrer, annonser i media, tilrettelagte boliger for tilflyttere, kampanjer for å synliggjøre regionen som bosted, samarbeid med næringsliv og frivillige organisasjoner, en vertskapsordning, henvendelser per brev til potensielle tilbakeflyttere og egne nettsider. Hardanger utviklet også en tydelig nasjonalromantisk visuell stedsidentitet, nært knyttet til fjord, fjell, foss, fonn og frukt.

Fra 2009 til 2010 opplevde Hardanger netto tilflytting. I sluttrapporten peker prosjektleder på viktigheten av å få raske resultat på noen felt og pressedekning på det. Ifølge Hjeltnes var også god informasjonsflyt, både internt og eksternt, viktig for en vellykket gjennomføring og for å gjøre prosjektet kjent for både politikere, kommuneadministrasjon, næringsliv, ungdommer og øvrige innbyggere i Hardanger.¹¹ Media ble også brukt aktivt, herunder Radio Folgefonn og reklame på forsiden til Aftenposten og Bergens Tidende. Videre ble det etablert et samarbeid med det private firmaet Placement, som bidro til god tilflytting fra Nederland, Tyskland og Belgia i starten.

⁹ [Arkivert artikkel: Hardanger lokkar til seg kunstnarar – Distriktssenteret](#)

¹⁰ [Flytt til Hardanger – Distriktssenteret](#)

¹¹ Hjeltnes, Anette T. (2007) *Strategi- og handlingsplan for "Flytt til Hardanger"*.

5 Hvor står vi i dag?

Om Respons Analyse sin attraktivitetsundersøkelse

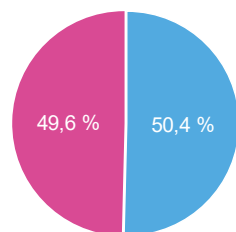
Respons analyse har på oppdrag for KNN gjennomført en attraktivitetsundersøkelse av til Kristiansund og Nordmøre blant unge mennesker, med fokus på jobb og tilflytting. Hovedinntrykket fra undersøkelsen er at omdømmet til regionen er dårlig, sett fra målgruppens ståsted. Uten at undersøkelsen kan gi direkte svar på hvorfor det er sånn, så gir den oss viktig innsikt i hva målgruppen forbinder med regionen og hvilke kvaliteter som vektlegges når de eventuelt vurderer å flytte til et mindre sted. Med utgangspunkt i funnene kan vi peke på noen grep som kan bidra til å løfte omdømmet, knuse myter og øke attraktiviteten til regionen. Å forbedre omdømme er imidlertid ikke gjort i en håndvending, men må bygges sten på sten over tid. I det påfølgende kapitlet presenteres funnene i undersøkelsen, med vedlagte tabeller for mer utfyllende informasjon.

Respondentene og demografisk fordeling

Målgruppen for undersøkelsen er unge mennesker med høyere utdanning som er bosatt i Oslo, Trondheim og Bergen. Totalt 603 har svart på undersøkelsen, som ble gjennomført via telefon i november 2022. Om lag like mange kvinner som menn har svart på undersøkelsen, og vektet for befolkningstall er fordelingen på de tre byene lik. Utvalget er delt inn i tre aldersgrupper som rommer henholdsvis de mellom 25-29, 30-24 og 35-40 år. Utvalget er også segmentert på utdanningsnivå, henholdsvis fra minimum 3 år på universitet eller høyskolen og de med mastergrad, doktorgrad eller tilsvarende.



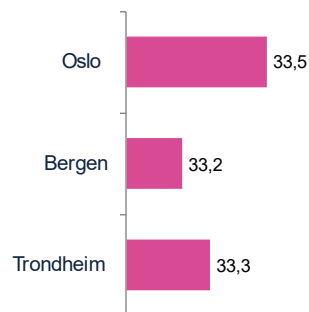
Kjønn



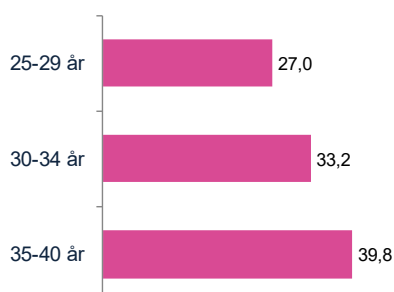
■ Mann ■ Kvinne



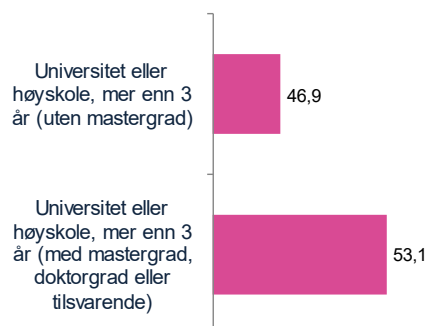
Bosted



Aldersgrupper



Utdanning

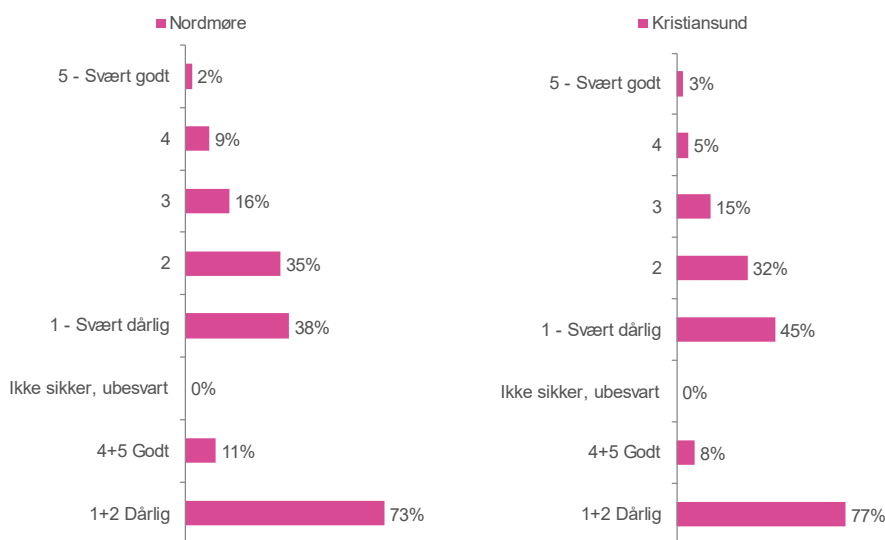


Situasjonsbeskrivelse av omdømmet til Kristiansund og Nordmøre

Få har et godt inntrykk av Nordmøre

Målgruppen ble spurt om hvor godt inntrykk de har av henholdsvis Kristiansund og Nordmøre. Svarene viser at kun 8 prosent har et godt inntrykk av Kristiansund og 11 prosent et godt inntrykk av Nordmøre. Blant kvinner har 50 prosent et *svært dårlig* inntrykk av Kristiansund, mens aldersgruppen 30-34 år har 15 prosent et godt inntrykk av Nordmøre.

Hvor godt inntrykk har du av ... ?



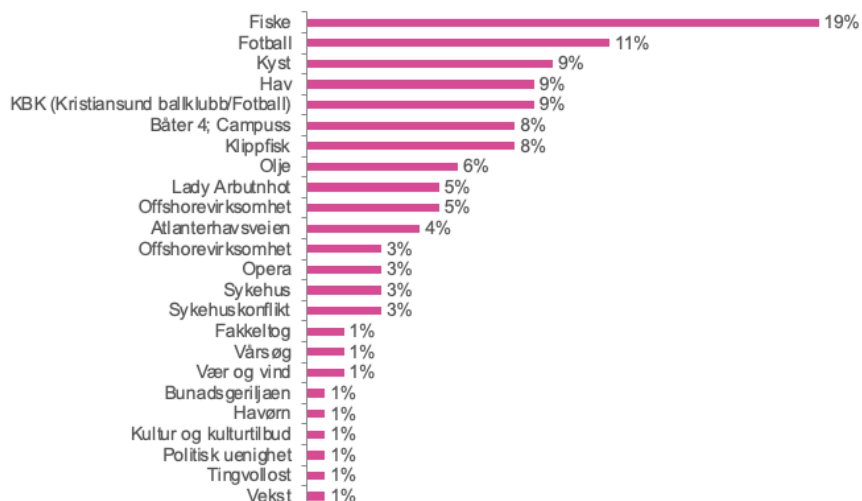
- Blant kvinner har 50% et svært dårlig inntrykk av Kristiansund
- I aldersgruppen 30 -34 år har 15% et godt inntrykk av Nordmøre

Ant. respondenter: 603
Spørsmål besvart på en skala fra 1 -5 og presentert i sin helhet og sammenslått.

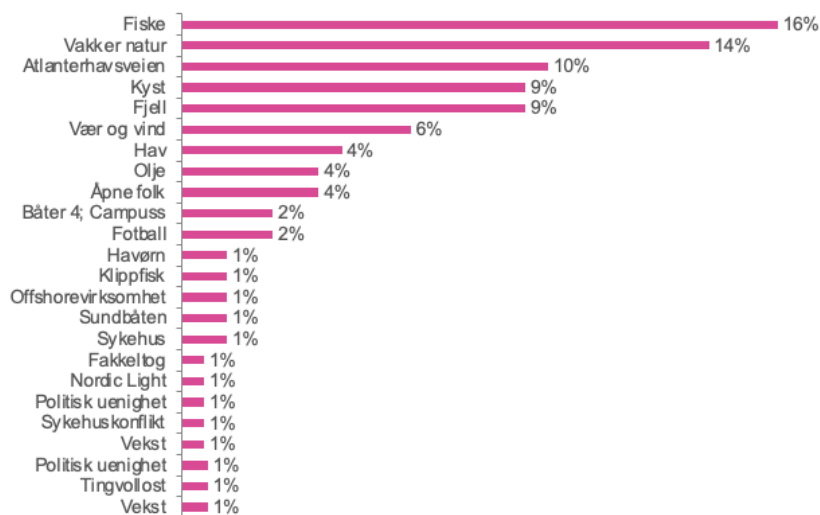
Assosiasjoner til Kristiansund og Nordmøre: Fisk, fotball og fjære

Målgruppen ble bedt om å oppgi hva de assosierer med henholdsvis Kristiansund og Nordmøre. Nordmøre er en kystregion og dette påvirker tydelig inntrykket respondentene har av både regionen og regionbyen. **Kristiansund** assosieres i rangert rekkefølge med fisk, fotball og kyst. Klippfisk, olje/offshorevirksomhet og sykehuskonflikt er også blant assosiasjonene. Legger man sammen olje og offshore kommer denne opp på en andreplass med 13 prosent. **Nordmøre** på sin side assosieres først og fremst med fiske, vakker natur og Atlanterhavsveien. Vi ser også at kyst, fjell, vær og vind og hav kommer høyt opp på listen, noe som tyder på at Nordmøre først og fremst assosieres med kystnatur i målgruppen til undersøkelsen.

Hva assosierer du med Kristiansund?



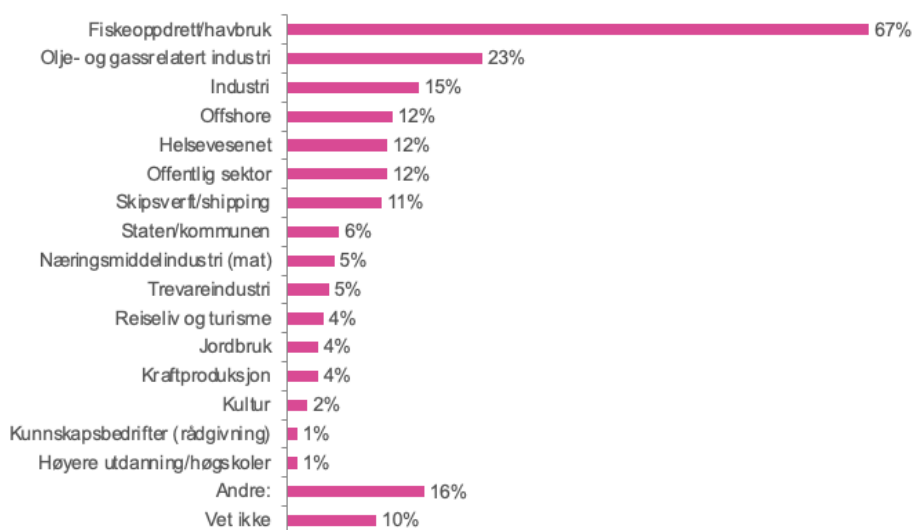
Hva assosierer du med Nordmøre?



Jobbmuligheter i regionen

Når målgruppen blir spurt om hvilke bransjer i regionen de tror det finnes jobbmuligheter, samsvarer dette i stor grad med deres generelle assosiasjoner til regionen. Det samsvarer også i stor grad med realiteten, jf. figur 1 i kapittel 3.. Et klart flertall, 67 prosent, tror det finnes jobbmuligheter innen fiskeoppdrett og havbruk, mens olje- og gass/offshore er sammenlagt nummer to med 35 prosent. Annen industri havner på en tredjeplass med 15 prosent. Helsevesenet, offentlig sektor og shipping/verftsindustri er også blant bransjene der målgruppen tror det finnes jobbmuligheter.

Innen hvilke bransjer tror du det finnes jobbmuligheter i Nordmøre?

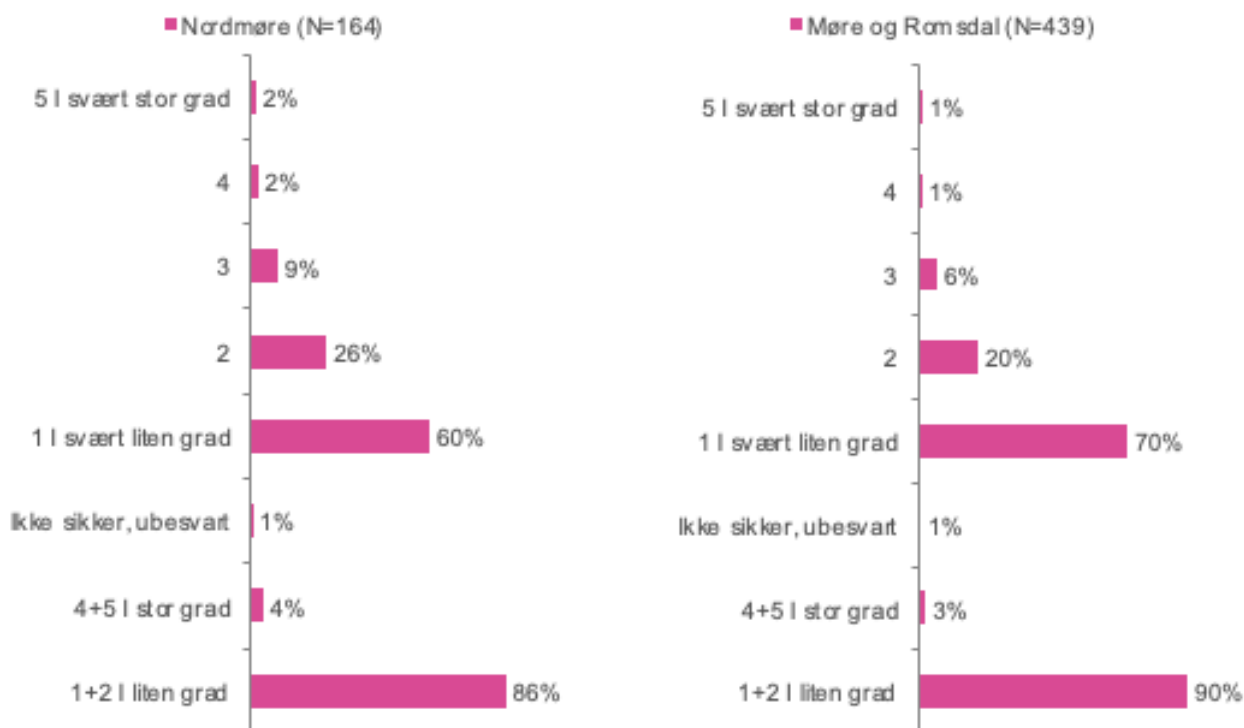


Ant. respondenter: 164

Potensiell tilflytting til regionen

Det er veldig få av respondentene som kan tenke seg å flytte til Nordmøre. Kun 4 prosent kan i stor grad tenke seg å flytte til Nordmøre, mot 3 prosent til Møre og Romsdal. Menn oppgir i signifikant større grad at de i liten grad kunne tenke seg å flytte til Møre og Romsdal (93 prosent). Det kan høres ut som svært lave tall, men det er viktig å ta med i betraktningen at dette er et tilfeldig utvalg unge i de tre byene, og det skal mye til for at de i utgangspunktet er «predisponert» for å ville flytte til Nordmøre. Det går an å snu på det, og tenke at det faktisk finnes unge mennesker som nå bor i en storby, men som kan tenke seg å flytte til Nordmøre. Det er også mulig at treffsikkerheten på tiltak og kommunikasjon bli bedre om man tar sikte på å motivere de som er positivt innstilt i utgangspunktet, enn om man går svært bredt ut.

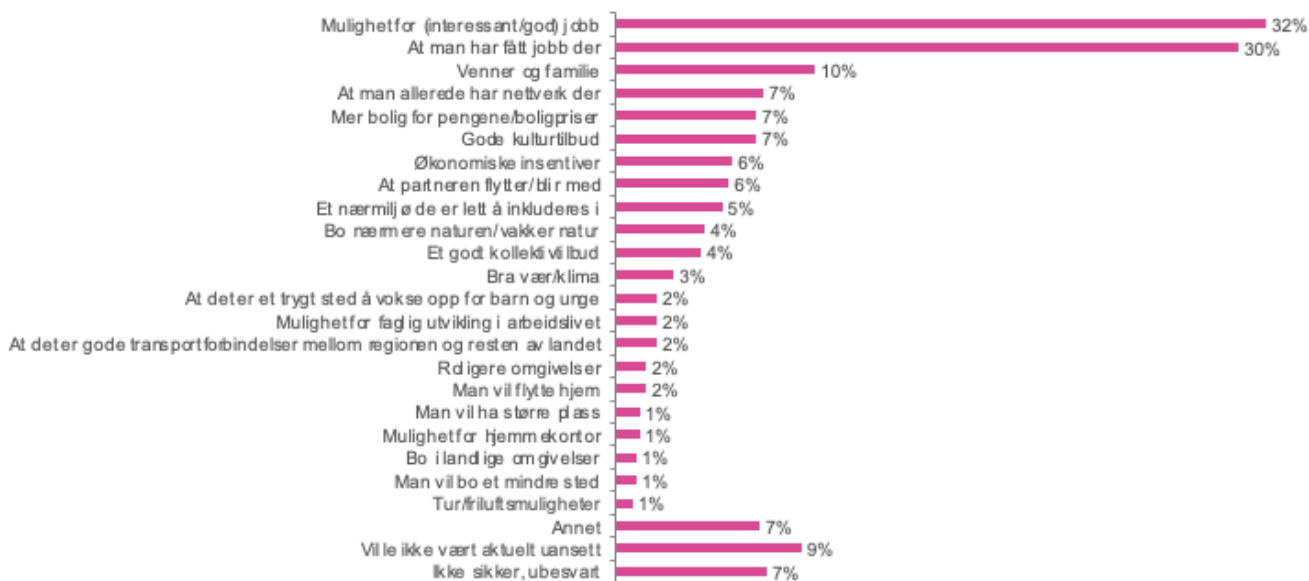
I hvilken grad kunne du tenke deg å flytte til?



- Menn oppgir i signifikant større grad at de i liten grad kunne tenke seg å flytte til Møre og Romsdal (93%)

Spørsmål besvart på en skala fra 1-5 og presentert i sin helhet og sammenslått.

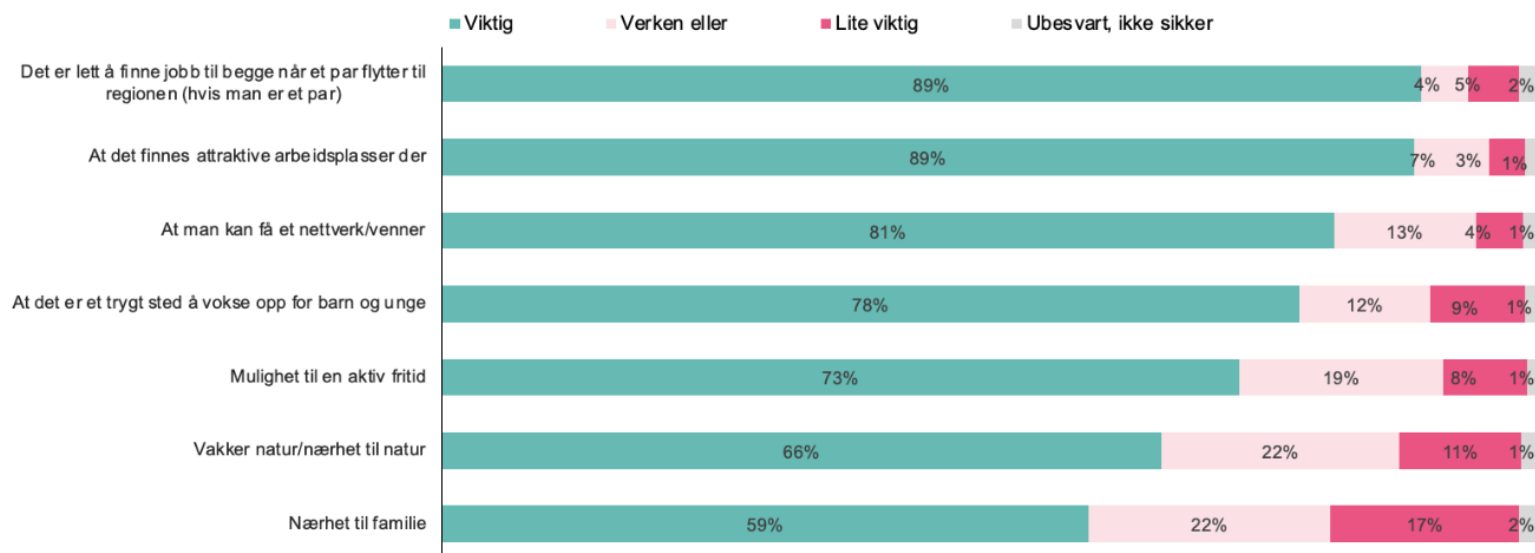
Hva skal til for at du skal vurdere å flytte fra en storby til et mindre sted?



Ant. respondenter: 596

Respondentene ble videre bedt om å svare på hva som skal til for at de vil vurdere å flytte fra Oslo, Bergen eller Trondheim til et mindre sted. Muligheten for en interessant/god jobb eller at man allerede har fått jobb der oppgis av over 60 prosent som hovedårsak for å vurdere flytting, etterfulgt av nettverk, venner og familie (17 prosent).

Viktighet for å flytte til mindre sted

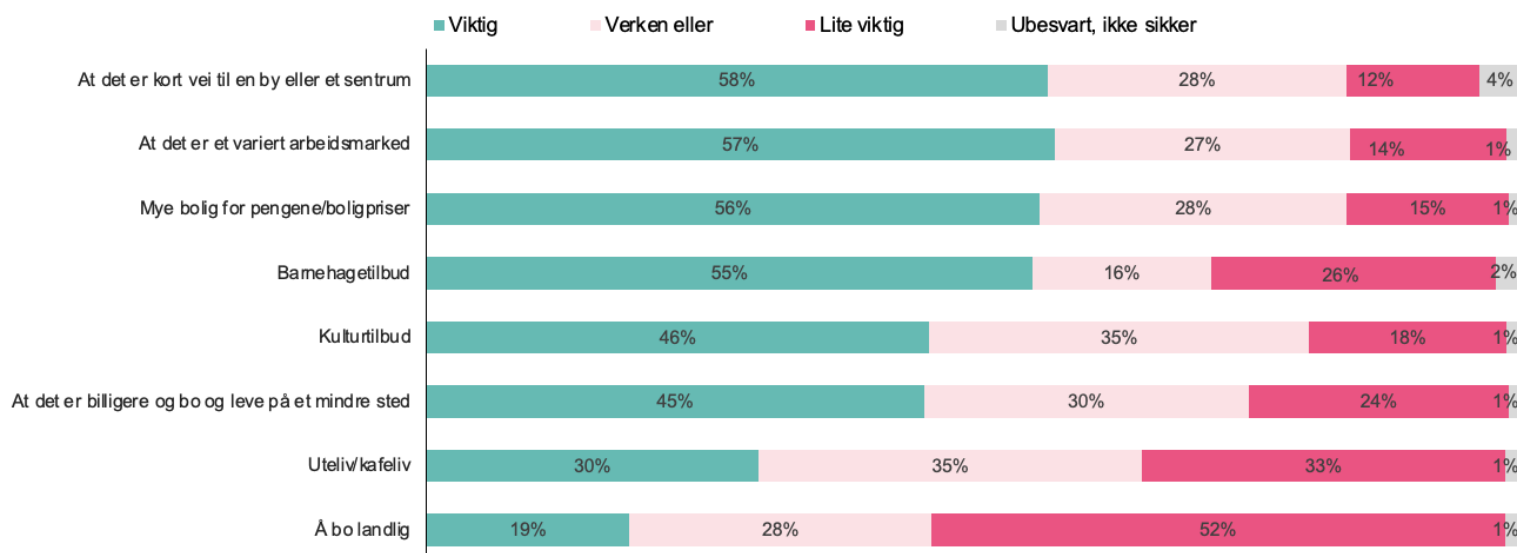


Ant. respondenter: 603
Spørsmål besvart på en skala fra 1-5

for å flytte til et mindre sted.

Praktiske aspekter, som at det er billigere å bo og leve på landet fremstår som mindre viktige sett opp mot sosiale forhold og arbeidsmarked. Det betyr imidlertid ikke at disse faktorene er uviktige. Regionen, og regionbyen Kristiansund skårer i utgangspunktet bra på flere av de praktiske aspektene, og det kan derfor være noe å hente i å markedsføre disse attributtene mot målgruppen.

Viktighet for å flytte til mindre sted



Ant. respondenter: 603
Spørsmål besvart på en skala fra 1-5

Hvor trykker skoen?

Undersøkelsen til Respons Analyse viser at muligheten for å få en interessant jobb er den viktigste enkeltfaktoren for å motiveres til å flytte til et mindre sted som Nordmøre. Dernest er sosiale forhold som nettverk, venner, familie og en trygg oppvekst også vurdert som viktig.

Respondentenes assosiasjoner til regionens arbeidsplasser knytter seg til fisk, olje og gass og annen industri, og av de spurte så har kvinnene dårligst inntrykk av regionen. Uten at vi kan påvise noen sammenhenger kan en mulig forklaring være at de nevnte assosiasjonene er i tradisjonelt mannsdominerte yrker. Hvis jobbmuligheter er den viktigste enkeltfaktoren for å flytte, og du vanskelig ser for deg å jobbe i de næringene som assosieres med regionen kan man spekulere i om det er en grunn til at særlig kvinnene har et dårlig inntrykk av Nordmøre.

I så fall bør det i omdømmearbeidet fremheves at det finnes gode, spennende jobbmuligheter innenfor et bredt spekter av næringer i regionen, samtidig som man jobber med næringslivet for å utvikle og fremheve gode og spennende arbeidsplasser.

– Et felles rekrutteringsinitiativ som Kom Trainee er viktig for å tiltrekke innflyttere og hjemflyttere med kompetanse til regionen. Det er krevende for mange av de mindre selskapene å være synlig i markedsføring som strekker seg utenfor Nordmøre. Gjennom et felles rekrutteringsinitiativ vil vi øke sannsynligheten for å finne kandidatene vi har behov for.

(Thomas Aas, administrerende direktør i Kontali).

– Med flere studietilbud i regionen og en bredde av jobbmuligheter, skal vi jobbe for at flere blir på Nordmøre eller flytter tilbake etter endt utdanning. Gode merkevarer er viktig, men det er helheten av kommunikasjon og inntrykk som danner omdømmet av vår region. Vi er alle ambassadører for Nordmøre. Her har vi alle en stor jobb å gjøre, både næringslivet, kommunen og befolkningen.

(Ole J. Rugset, daglig leder Kristiansund og Nordmøre Næringsforum).

Nordmøre har et ufortjent dårlig rykte. Det er grunn til å tro at Nordmøres tilsynelatende dårlige omdømme i stor grad handler om lav eller manglende kjennskap og kunnskap til regionen, og at enkeltfortellinger og enkelthendelser derfor får uforholdsmessig stor påvirkning på omdømmet til hele regionen. Problemet er i så fall egentlig et svakt omdømme, som vist i kapittel 2. Gitt denne diagnosen, så vil en viktig del av medisinen å identifisere og peke ut om hva som er bra med Nordmøre, og fortelle det til omverdenen.

Et mediasøk på Nordmøre i riksaviser det siste året viser for eksempel at saker som omtaler regionen primært handler om helsevesen, sykehus og fødetilbud og i noen grad om havbruk og fiske, og hvor vinklingen er på sykehusstrid og lokalpolitiske uenigheter. Selv om det ikke er

grunnlag for å si noe om hvorfor Nordmøre har et dårlig omdømme ifølge denne undersøkelsen, er det rimelig å anta at det skyldes flere forhold, men der bildet av regionen som presenteres i media ikke bidrar positivt.

Med utgangspunkt i disse funnene kan vi peke på noen grep som kan bidra til å løfte omdømmet, knuse myter og øke attraktiviteten til regionen. Å forbedre omdømme er imidlertid ikke gjort i en håndvending, men krever tålmodig arbeid over tid.

6 Veien videre

Innledende motivasjon for å gjøre «jobben»

Undersøkelsen til Respons Analyse viser at regionen har et dårlig omdømme blant unge som bor i byene Oslo, Bergen og Trondheim.

Som redegjort for i kapittel 2 er et dårlig omdømme et problem. Nordmøre opplever befolkningsnedgang, kompetansemangel og potensielt tapte muligheter for næringsutvikling. Selv om forbedret omdømme alene ikke kan løse alle utfordringene, så kan forbedret omdømme være med på snu flere av disse negative trendene.

Positive ringvirkninger av et godt omdømme, som f.eks. kvalifiserte jobbsøkere, fornøyde innbyggere og gode rammebetingelser fra storsamfunnet er reelle og sannsynlige motivasjonsfaktorer for å ville ta tak i arbeidet med å styrke eget omdømme. Kommunens eller regionens omdømme er dessuten noe alle kan ha meninger om, uten å være eksperter. Dette er et strålende utgangspunkt for å få folk med på reisen.

Suksesskriterier

Det finnes ikke én oppskrift eller mirakelkur for å bygge godt omdømme. Det viser også de ulike eksemplene i kapittel 4. Likevel er det noen forutsetninger har vist seg viktig for å lykkes i arbeidet med å bygge et positivt omdømme for en kommune eller region:

1. *Problemet og målet må tydelig defineres*

En korrekt problembeskrivelse og en klar formening om hva man vil oppnå, er nødvendig for å kunne iverksette effektive tiltak og jobbe målrettet med omdømmeprojektet. Her gjelder det å finne balansegangen mellom å være ambisiøs nok i forhold til å favne hele regionens utvikling og samtidig være spisset.

I dette prosjektet er problemet en aldrende og minkende befolkning, og målet er økt tilflytting til regionen ved å øke attraktiviteten til regionen som bo- og arbeidssted. Et godt omdømme er middelet for å nå dette, og noe som det må jobbes aktivt for å få på plass.

2. Omdømmearbeidet må forankres på toppnivå

Det er også viktig at omdømmearbeidet er godt forankret på toppnivå. I de fleste kommuner betyr det blant annet at rådmann og/eller ordføreren er synlig og tydelig, og tar det overordnede ansvaret for prosjektet. I Nordmøre sitt tilfelle vil også ledere i næringsforum, toneangivende bedrifter o.l. fungere som nøkkelpersoner på toppnivå. I en studie gjort for Innovasjon Norge om omdømmebygging i norske kommuner (2006/07)¹², fant man en markant forskjell i måloppnåelse og fremdrift i de prosjektene som var forankret i kommunens ledelse både i initierende og gjennomførende fase, sammenlignet med de prosjektene der ledende personer kun er involvert i starten, for deretter å slippe prosjektene. Sistnevnte mister fremdrift eller stopper i verste fall helt opp. En god prosess og dyktig prosessledelse er vesentlig for å lykkes.

3. Omdømmearbeidet må involvere bredt

Det er innbyggerne og de lokale aktørene selv som skal bestemme hvordan de vil lokalsamfunnet skal utvikle seg. Alle som bor i et område er med på å forme stedet omdømme og er potensielle ambassadører. I Drammen var det enkeltpersoner som så muligheter for å utvikle byen videre, og familieeide selskaper som var gode ambassadører for næringslivet i byen. De ansatte i kommunen bør også inkluderes fra starten av. Å skape allianser på tvers av kommune og næringsliv gir omdømmearbeidet tyngde. «Alle» må være investert med aksjer i prosjektet for at det skal monne. Det er i denne sammenhengen viktig å forklare hvorfor et godt omdømme er viktig.

4. Forventningene til omdømmeprojektet være realistiske, inkludert de foreslåtte tiltakene

Omdømmeprojekter varer som regel lenge – ofte lengre enn man tror. Implementering tar tid og koster. Det må settes av tilstrekkelig med tid og ressurser til dette arbeidet i kommunene og regionen. Et godt omdømme er ikke noe man kan kjøpe seg, og heller ikke noe man bare kan vedta. Ønsker man å fremstå annerledes, må ting faktisk endres. Det er i denne sammenhengen helt avgjørende at omdømmebyggingen tar utgangspunkt i realitetene, og fremhever de positive men virkelige attributtene ved regionen. Ekthet er en forutsetning for emosjonell tilknytning, som igjen er en forutsetning for omdømmebygging. Er det imidlertid grunnleggende negative trekk ved regionen som ikke handler om kommunikasjon/omdømme som bidrar til fraflytting må disse tas ved roten, de kan ikke løses med et omdømmeprojekt. Videre er det viktig å ikke skape forventninger som ikke kan innfris. Som nevnt i kapittel 2 er

¹² [bberglund.pdf \(regjeringen.no\)](#)

det ikke bare hva som leveres som avgjør omdømmet, men også hva som leveres i forhold til hva som ble lovet.

5. *Man må lykkes med å spre ordet*

Uten oppmerksomhet, intet omdømme. En suksessfaktor er å være bevisst med å bruke positive nyheter – små og store for å skape entusiasme. For eksempel var Drammens Tidende, med redaktør Hans Arne Odde i spissen, viktig i omdømmebyggingen i Drammen. Selv om media selvsagt skal være kritiske i nyhetsdekningen, kan de også være en tydelig heiagjeng i omdømmesaker. I Hardanger inkluderte prosjektet brosjyrer og annonser i media, og arrangementer utenfor kommunen for å rekruttere folk. Publisitet om gode historier kommer ikke av seg selv, og derfor må man gjennom andre og tredje fase av prosjektet jobbe strategisk med kommunikasjon.

Konkrete tiltak KNN kan følge opp sammen med sine samarbeidspartnere

Under redegjør vi for noen tiltak vi mener er spesielt relevant for et omdømmeprojekt på Nordmøre, og som kan vurderes nærmere. Tiltakene handler blant annet om hvordan ideer blir oversatt og implementert. De ulike fasene som ble skissert i kapittel 2 av omdømmebyggingen er utgangspunktet for rekkefølgen på de foreslåtte tiltakene. Listen er ikke uttømmende, men snarere et utgangspunkt for å sette i gang noen tanker og ideer.

Målet med omdømmeprojektet på Nordmøre er å øke tilflyttingen til regionen og beholde de som allerede bor der. Altså å snu trenden som beskrives i kapittel tre og fem. Vi ser ikke behov for *ytterligere målanalyse*. Det kan evt. vurderes *workshops med*:

1. *Igangsett et prosjekt for å definere Nordmøres identitet*

Som en konkret oppfølging av attraktivitetsundersøkelsen til Respons Analyse, og som en del av analysearbeidet, foreslår vi å igangsette en spørreundersøkelse der vi mobiliserer befolkningen i regionen til å si noe om hva som er Nordmøres identitet. En mulig inngang kan for eksempel være «Vi har drittdårlig omdømme. Det er urettferdig! Hva synes du er fint med Nordmøre? Og hva kan bli bedre?». En spørreundersøkelse kan for eksempel gjøres per e-post, et brev i posten, stand på torget/senteret. Målet er å avdekke hvilke styrker og svakheter som må hensyntas. Svarene i spørreundersøkelsen vil være et verdifullt utgangspunkt for identitetsbyggingen i fase to.

2. *Kartlegge stedsqualiteter og relevante utviklingstrekk*

Litt avhengig av tilbakemeldingene/svarene i identitetskartleggingen, kan det ev. også igangsettes et prosjekt for å kartlegge hvilke kvaliteter Nordmøre kan bygge videre på. Et slikt prosjekt kan muligens også kombineres med en samfunnsanalyse med sikte på å

avdekke relevante utviklingstrekk som omdømmeprojektet bør utnytte. Poenget er en realitetsorientering om hva regionen har å tilby som kan ha relevans for andre rundt oss og dermed utløse ekstern utviklingskraft. En samfunnsanalyse kan enten gjøres enkelt som en gjennomgang av relevante dokumenter (som stortingsmeldinger, nasjonale strategier, fylkesplaner, rapporter/artikler o.l.) med sikte på å hente ut relevant informasjon med tanke på steds kvaliteten i regionen. Alternativt kan det bestilles en egen utredning.

3. Målgruppeanalyse

Målgruppen «unge folk» (25-40 år) som bor i storbyene Oslo, Trondheim og Bergen bør spisses ytterligere. Erfaring tilsier at denne oppgaven ikke er egnet til bred involvering, men bør gjennomføres av for eksempel arbeidsgruppen har full oversikten over strategiprosessen. Jo grundigere målgruppeanalyse, og jo spissere målgrupper, desto lettere å finne treffsikre tiltak og gjennomføre et langsiktig og strategisk kommunikasjonsarbeid.

Som en del av målgruppeanalysen, foreslår vi også å identifisere interne ambassadører i regionen. Sannsynligvis finnes det enkeltpersoner og -aktører som i større grad enn andre kan bidra positivt i et omdømmeprojekt, for eksempel som følge av sin kompetanse, tilhørighet, kapital, engasjement, og myndighet. Vi foreslår å analysere hvem disse er, og hva de står for.

4. Identifisere viktige aktører i næringslivet og involver dem fra start

Vi foreslår derfor som en del av analyse og grunnarbeidet å identifisere de største bedriftene i regionen, ev. andre regionale «fyrstårn». Det vil trolig være en fordel om man eksplisitt anerkjenner disse som viktige ambassadører for regionen, og deres bidrag som avgjørende for omdømmet. En mulighet kan være å sende brev til de ti største bedriftene i regionen og takke for skattebidraget og orientere om at man skal sette i gang et omdømmeprojekt, og gjerne vil ha de med på laget.

Det er viktig å få med næringslivet helt fra start. Et godt forhold til næringslivet er viktig for å løse hovedutfordringen, og lykkes med å utvikle og fremheve spennende jobbmuligheter innenfor et bredt spekter av næringer i regionen. Som del av dette arbeidet kan det også vurderes å tilby bistand til ektefeller eller samboere med å skaffe jobb eller starte videreutdanning. «Jobb for to» kan være en mulighet for god og stabil rekruttering til nøkkelbedrifter i regionen, samtidig som det kan redusere risikoen for at eventuell tilflytting til regionen bare blir kortvarig. Det kan være hensiktsmessig å formalisere et samarbeid mellom kommunen, næringslivforening og næringslivet i regionen. Internship og/eller traineeplasser i bedrifter kan for eksempel brukes aktivt i markedsføring mot høgskoler og universiteter i Oslo, Bergen og Trondheim.

5. Identifiser venner i media og bygg gode relasjoner

Vi foreslår å identifisere journalister i Oslo, Bergen, Trondheim som er fra Nordmøre, og som potensielt kan ha bedre forutsetninger for å skrive positivt om regionen i nasjonale og

regionale medier. Videre foreslår vi at man bygger langsiktige og gode relasjoner til media lokalt. Lokalavisen kan også være til god hjelp i forbindelse med forming av identitet og identitetsbygging i fase to. Som en del av identitetsprosjektet bør man få på trykk artikler om at regionen har satt i gang et omdømmeprojekt, og at innbyggerne oppfordres til å delta, og hva det skal brukes til.

6. Merkevarebygging av Kristiansund som kunnskapssted

Vi anbefaler at det igangsettes et eget prosjekt for å bygge kjennskap og oppmerksomhet om Campus Kristiansund. Bruk blant annet lanseringen av campus til å lansere en nasjonal kampanje i sosiale medier og media for å spre budskapet.

Det bør også lages en kommunikasjonsstrategi som spenner seg nasjonalt. Strategien bør blant annet si noe om hvilken type utdanning man skal spesialisere seg på, og hva som er unikt med Kristiansund, og som ikke andre studiesteder kan tilby. Når studietilbudet er klart for lansering må studiestedet delta på rubbel og bit av utdanningsmesser, turnéer og kampanjer.

Vi tror at nærhet til næringslivet og gode jobbmuligheter er en fruktbar inngang til merkevarebyggingen av Kristiansund som kunnskapssted. Et vellykket eksempel på dette er industrimasteren på Kongsberg, der studentene er delvis i jobb underveis i utdanningsløpet. Et slikt samarbeid virker begge veier: studenter får en anledning til å bli kjent med næringslivet lokalt, og næringslivet kan lettere fange opp flinke studenter (før noen andre gjør det).

7. Bruke assosiasjonene til kystkultur til å bygge Nordmøre som en attraktiv reisedestinasjon

Vi foreslår også et eget tiltak rettet mot nasjonale og internasjonale turister med sikte på å bygge Nordmøre som «det uopptagede Lofoten/Helgelandskysten», eventuelt samarbeide med resten av Møre og Romsdal om tilsvarende. Selv om dette tiltaket ikke direkte handler om tilflytting, vil det være med på å bygge regionens identitet og stolthet. Fornøyde turister kan igjen bli gode ambassadører, eller tilflyttere for den saks skyld.

8. Aktiv bruk av nettside i identitetsbyggingen og posisjoneringen

Vi foreslår at omdømmeprojektet får et eget navn og egen nettside, tilsvarende som Hardanger.no. Nettsiden bør være felles for hele regionen, og bør kunne leve videre også etter at omdømmeprojektet er «ferdig». Nettsiden bør kommunisere målet med prosjektet og de positive kvalitetene i regionen, slik de er blitt definert i identitetskartlegging. Det kan for eksempel være trygge og gode oppvekstvilkår, høy livskvalitet, kultur, idrett, natur og friluftsliv.

Det kan også vurderes om nettsiden også skal inneholde en side for lokalhistorie. I Innovasjon Norge-studien nevnt tidligere fant man at bruken av lokalhistorie slo to fluer i en smekk: For det første er lokalhistorien med å bygge identitet for innbyggerne selv. For det andre kan lokalhistorien brukes i reklame overfor omverdenen.

9. Kommunesamarbeid

Vi foreslår også at samarbeidet mellom kommunene formaliseres, og at det etableres gode kommunikasjonskanaler. Det er viktig at så mange kommuner som mulig er investert i samarbeidet for best mulig forankring og effekt.

10. Organisering og finansiering

Bli enige om en finansiering. Finansieringsmodellen er også en anledning til å involvere bredt. Sørg for at finansiering ikke blir en utfordring senere i prosjektet, og vær tro mot budsjettet.

