



Utgitt av:
Kommunal- og regionaldepartementet

Offentlige institusjoner kan bestille flere
eksemplarer av denne publikasjonen fra:
Departementenes servicesenter
Kopi- og distribusjonsservice
www.publikasjoner.dep.no
E-post: publikasjonsbestilling@dss.dep.no
Telefaks: 22 24 27 86

Oppgi publikasjonskode: H-2191 B
Trykk: PDC Tangen 06/2006 Opplag 4500

Engasjement gir utvikling

Historier om skaperlyst



Forord

FOTO: OLE WALTER JACOBSEN



Det skjer utrolig mye spennende og kreativt rundt omkring i små og større lokalsamfunn! Jeg er opptatt av å støtte opp om lokale initiativ og tiltakslyst, og det er viktig at flere får vite om alt det positive som foregår.

I denne eksempelsamlingen løfter vi fram gode eksempler på lokal næringsutvikling og innsats for å utvikle attraktive steder. Eksempelene synliggjør initiativ fra ildsjeler og lokalsamfunn som har fått til noe spesielt og nyskapende ut fra mulighetene som finnes på stedet.

Regjeringen har et sterkt ønske om at folk i hele landet skal ha mulighet til å utvikle sine evner og leve gode og meningsfulle liv. Det gode liv leves på forskjellige måter, i byen og på bygda. Utgangspunktet må være at alle skal ha frihet til å bosette seg hvor de vil. Det offentlige kan legge til rette for dette gjennom økonomiske rammebetingelser, infrastruktur og ulike støttetiltak. Vi er likevel helt avhengige av at ildsjeler, næringsliv og lokalsamfunn ser utfordringene og mulighetene lokalt, og tar grep for å forme sin egen hverdag.

Mitt håp er at historiene i denne eksempelsamlingen skal bidra til inspirasjon og læring også andre steder i landet. Historiene fokuserer på hva som skal til for å lykkes og hva som er de viktigste drivkreftene i arbeidet. I utvalget av eksempler har vi forsøkt å ivareta god tematisk og geografisk spredning. Samtidig representerer denne samlingen bare noen få smakebiter på alt det lokale utviklingsarbeidet som skjer rundt omkring i landet vårt. Jeg håper dette kan stimulere til et enda større mangfold av utviklingsarbeid og samarbeidsprosjekter.

God lesning!

A handwritten signature in black ink that reads "Åslaug Haga". The signature is fluid and cursive.

Åslaug Haga
Statsråd

Kommunal- og regionaldepartementet



Geografisk plassering

1	Gamvik, Finnmark
2	Tromsø, Troms
3	Gildeskål, Nordland
4	Inderøy, Nord-Trøndelag
5	Kalvåg i Bremanger, Sogn & Fjordane
6	Værlandet i Askvoll, Sogn & Fjordane
7	Voss, Hordaland
8	Ølen i Vindafjord, Rogaland
9	Kristiansand, Vest-Agder
10	Grimstad, Aust-Agder
11	Seljord, Telemark
12	Jondalen i Kongsberg, Buskerud
13	Østfold fylke
14	Akershus fylke
15	Østre Toten, Oppland
16	Næroset i Ringsaker, Hedmark
17	Atna i Stor-Elvdal, Hedmark
18	Fjellregionen – Rendalen, Alvdal, Folldal, Tynset, Tolga, Os (Hedmark), Røros og Holtålen (Sør-Trøndelag)

Innhold

	side	
1	Over krabbestadiet	4
2	Høy aktivitet i ungdomshuset Tvibit	6
3	Dugnadsånd av ypperste klasse	8
4	Omvei til begjær	10
5	Med hjerte for lokalsamfunnet	12
6	Fra vern til næring	14
7	Festivaler og lokalmat gir unik merkevare	16
8	Lokalbutikk med masse attåt	18
9	Med indisk fastfood på menyen	20
10	Vellykket omstillingsprosess	22
11	Lever i pakt med naturen	24
12	Storaas Gjestegard – et eventyr i skogen	26
13	Ungdomsbedrifter i Østfold setter fokus på trivsel og arbeidsglede	28
14	Jenter som vil styre skuta	30
15	Ænsless hæll ælle ændre	32
16	Lucky Næroset sprer glede og inspirasjon	34
17	Vekst rundt en gammel jukeboks	36
18	Flytt hit!	38

Over krabbestadiet

For bare få år siden så det helsvart ut for Gamvik. I dag er det optimismen som råder i den lille kystkommunen. Gamvik Seafood og kongekrabbene er kanskje den viktigste årsaken til det.

TEKST: SCRITTO, HILDE BRINGSLI FOTO: GAMVIK SEAFOOD AS / FINNMARKEN

I 2003 startet det som kan betegnes som et lite næringsventyr i Gamvik. Da stod kongekrabbebedriften klar hos Gamvik Seafood as. Satsing på kongekrabbe kom som resultat av iherdig jobbing fra det nasjonale pilotprosjektet Gamvik i Vekst, som senere fikk navnet Gamvik Kreative Senter.

Investorer på plass

Målet med pilotprosjektet, som Innovasjon Norge, Fylkesmannen og fylkeskommunen i Finnmark stod bak, var å få Gamvik på beina igjen. Problemet var bare at ingen var villig til å satse penger på kongekrabbebedriften. Men så skjedde det noe.

– Etter masse arbeid fikk vi til slutt med oss Seattle-bedriften Keyport og Mathias Bjørge som investorer. Utstyret til fabrikkene kom fra USA. Det var en god følelse og en bekreftelse på at flere hadde tro på prosjektet, sier daglig leder i Gamvik Seafood, Yngvar Svendsen. Prosjektmedarbeiderne, Torfinn Vassvik og Vegar Valberg, sier seg enig med Svendsen. De er alle storfornøyde, og tror ikke investorene har angret på sine investeringer.

– Vi kan vise til svært gode tall, og vi er alene i Europa om denne satsingen. Anlegget har en teoretisk kapasitet til å håndtere 25 tonn rå kongekrabbe, men foreløpig har vi en dagsproduksjon på 12-18 tonn. Det er vi godt fornøyd med.

Storeksport til USA

Det tar ca. 1 1/2 time fra krabbene er på land til de er ferdig kokt, saltet og frosset. Krabbene eksporteres deretter til USA og Europa. Noe går også til det norske markedet. – USA er det vårt desidert største marked. Hele 96 % av produksjonen eksporteres dit, sier Svendsen. Trolig står amerikanerne klare til å ta i mot eksklusiv krabberogn når produksjonen kommer i gang.

Eksklusiv krabberogn

– Med støtte fra Innovasjon Norge, og i samarbeid med Møreforskning har vi et forsøk på gang med krabberognproduksjon. Vi trenger mer kunnskap om når på året rognen er best, hva slags pakkemetoder som er nødvendige og hvordan konservere produktet på best mulig måte, sier Svendsen og legger

til: – Vi har prøvd ut små partier. En amerikaner som smakte rognen sa at det var betydelig bedre enn russisk kaviar!

Krabberogn er et nisjeprodukt med høy verdiskapingsgrad, og forskning er viktig for å få et best mulig produkt. Gamvik Seafood satser derfor betydelig på forskning, og heldigvis er det mange som etter hvert har fått øynene opp for både krabbene og krabberognen.

– Vi nyter stor tillit, og det er mange som gleder seg over de gode resultatene. Det er jeg veldig glad for, sier Svendsen.

Nye arbeidsplasser

Og det er mer å glede seg over. Produksjonen på Gamvik Seafood, som også innbefatter saltproduksjon av hvitfisk, har gitt sårt tiltrengte arbeidsplasser i Gamvik. I hovedsesongen er det ca. 30 i arbeid på fabrikkene. Ellers i året ligger det på 20-25.

– Bygda vår har våknet til live igjen, og optimismen råder. Vi har det godt på alle måter her i Gamvik, avslutter Svendsen.



✓ Gamvik Seafood as har en dagsproduksjon på 12-18 tonn kongekrabbe.



Høy aktivitet i ungdomshuset Tvibit

I Tromsø kan ungdommen glede seg over et mangesidig ungdomshus, og de gjør det! Så populært og velfungerende er Tvibithuset at folk valfarter dit for å lære.

TEKST: SCRITTO, HILDE BRINGSLI FOTO: TVIBIT

Ungdomshuset Tvibit ble etablert sommeren 2000 etter initiativ og iherdig lobbyvirksomhet fra blant annet ungdomsrådet i Tromsø. Etableringen skjedde nærmest under tvil, men heldigvis kom tvilen "tiltalte" til gode, slik den skal. Grunnen til at politikerne var skeptiske var dårlige erfaringer med det forrige ungdomshuset.

– Det var en del bråk rundt det gamle ungdomshuset, og ved et par anledninger ble huset stengt før det var kroken på døra for godt i 1994, forteller Karl Kristian Hansen. Hansen jobber på ungdomshuset, og er i tillegg leder av Tvibits regionprosjekt.

Medbestemmelse

Når politikerne først ga grønt lys til Tvibit, var de samtidig så rausa at de ga ungdommen reell innflytelse, noe Hansen mener er grunnen til at det har gått så bra.

– Jeg tror noe av det spesielle med Tvibit er at vi har fokus på iverksatte ressurser hos den enkelte. På dette ungdomshuset har ungdommen, i alderen 15-25 år, reell innflytelse. Her kan de realisere sine idéer. Det er de selv som iverksetter aktiviteter. Det er altså ikke slik at ungdommen kommer til et sted hvor andre har laget tilbudet for dem, sier Hansen.

Hansen er også opptatt av at Tromsø by nyter godt av alle de ungdommene med talent og pågangsmot som hvert år flytter inn til byen for å gå på skole.

– Tromsø er den kommunen i landet som har høyest andel av befolkningen under 30 år, noe som viser seg gjennom et aktivt kulturliv på Tvibit og i byen forøvrig.

Det meste hjertet kan begjære

På Tvibit kan man gjøre nær sagt alt. Det er nesten enklere å si hva som ikke lar seg gjennomføre, for her er det ikke nok å ramse opp; kafédrift, ung filmgruppe, produksjon av gratisavis, UngInfo, rockefestival, visuell kunst, fotogruppe, design og redesign av klær, spillmodding og utendørs vinterkonsert. Puh! Ungdommen får med andre ord gjøre det meste hjertet kan begjære og litt til.

Litt til er for eksempel helsestasjon for ungdom, som blant annet tilbyr "Psykhjelpe", et samarbeid mellom helsestasjonen, PP-Tjenesten og Universitetet i Tromsø. Psykhjelpe har blitt et populært lavterskeltilbud som skal virke forebyggende. Ungdommen kommer til Psykhjelpe med alle slags problemer og samtalebehov. Det dreier seg om alt fra spørsmål knyttet til seksualitet, forhold til egen kropp og familieproblemer. Det er psykologistudenter i praksis som står for tjenesten, men disse samarbeider nært med sjefspsykologen i PP-tjenesten.

– Helsetjenesten er åpen tre dager i uken, og er kjent for å ha dyktige og fortrolige ansatte. Det totale tilbudet deres er svært populært, og en viktig del av ungdomstilbudet her på Tvibit, sier Hansen.

Godt renommé

Noen vil kanskje spørre seg, er det bare fryd og gammen på Tvibit? Spør vi Hansen er svaret ja, og spør vi ungdommen selv er svaret det samme. Brukerundersøkelsen fra 2005 viser at ungdommen er stolte av og

glade i ungdomshuset sitt. Reell innflytelse og eierskap ser ut til å være to viktige suksesskriterier.

– Andre ting som blir trukket fram av ungdommen er at kaféen, som ikke har kjøpeplikt, er en viktig og populær møteplass. Også helsestasjonen ble nevnt som et godt tilbud, sier Hansen og tilføyer: – Helsestasjonen på Tvibit er faktisk den best besøkte i landet i forhold til innbyggertallet.

Modellen skaper forventninger

Hvis Hansen skal peke på utfordringer er det snarere at modellen skaper så mange positive resultater at det blir en utfordring å følge opp. – Det kan bli et vakuum etter at ungdomstiden på Tvibit er slutt. Hvordan skal ungdommen som for eksempel har jobbet med filmutvikling og andre kunst- og kulturprosjekter fortsette å utvikle seg? Dette vil vi forsøke å gjøre noe med, sier Hansen og utdypet: – Tvibit jobber nå med konkrete prosjekter for å utvikle kompetansemiljøet innenfor film- og musikkproduksjon, samt tilrettelegging for etableringer av kreative/kulturbaserte næringer.

Regionprosjekt

I tillegg til å jobbe på Tvibit, arbeider Hansen med å få på plass et mindre ungdomshus etter Tvibit-modellen i Karlsøy kommune. I Balsfjord kommune har de et samarbeid med aktivitetssenteret på Storsteinnes.

– Vi har veiledet prosjekter, og nå jobber vi for å få ansatt sivilarbeidere som skal jobbe med ungdom. Den største utfordringen i forhold til mindre ungdomsmiljø i regionen er

å få frigjort arbeidskraft og ressurser til tilrettelegging og oppfølging av ungdommens egne initiativ, avslutter Hansen som føler seg privilegert.

– Jeg jobber på den mest spennende arbeidsplassen i Tromsø! Vi får ikke gjort alt vi vil hele tiden, men over tid kommer vi temmelig nært.

7 Musikk- og filmarrangementer står i særstilling på ungdomshuset Tvibit.



Dugnadsånd av ypperste klasse

Vakkert til, langt ute på Nordlandskysten, med ansiktet mot havet og ryggen mot fjellene, ligger kommunesenteret Inndyr i Gildeskål kommune. Kommunesenteret har gjennomgått en forvandling etter at store og små har brukt hammer, rive, malekost, trillebår og lagt ned en stor porsjon dugnadsinnsats.

TEKST: SCRITTO, HILDE BRINGSLI FOTO: MILJØVERNDEPARTEMENTET / ODIN CHRISTENSEN

Som mange andre små kommuner i Distrikts-Norge har Gildeskål vært preget av stram kommuneøkonomi, fraflytting og tap av arbeidsplasser. På slutten av 1990-tallet så det svart ut. Mange følte at det bare var to muligheter – passivt se på og akseptere den negative utviklingen eller forsøke å gjøre noe med den. Folket i Gildeskål valgte det siste, og med deltakelse i Tettstedsprogrammet i 2001 ble det ny giv for Inndyr.

Frittstående arbeidsgrupper

Det første som skjedde i prosjektet, var å få plass en styringsgruppe med deltakelse fra offentlige og private aktører. Andre post på dagsorden var å lage retningslinjer for tettstedsprosjektet. Arbeidet munnet ut i en rapport som ble sendt på bred høring, slik at flest mulig skulle få et eierforhold til prosjektet. Neste trinn var å opprette frittstående arbeidsgrupper under styringsgruppen. Disse fikk mandat av kommunestyret til å ha ansvaret for de ulike delprosjektene – utvikling av miljøgaten, parken Ellingshagen og kafé-drift, for å nevne noe.

Fra plan til handling

Planlegging er viktig når store ting skal skje, men det er et problem når man ikke kommer fra plan til handling. Folket i Inndyr, ikke minst de unge, begynte på et tidspunkt å bli utålmodige, men så lysnet det. Etter en kontaktannonse med tittelen "Noen som passer for meg", hadde kafégruppen klart å finne drivere til det som senere fikk navnet Restaurant Inndyr. Det ble en kjærkommen møteplass for både unge og eldre.

– Kaféen/restauranten har blitt en viktig møteplass i sentrum. Det går folk inn og ut nesten hele tiden, sier Britt Kjensli i Nordland fylkeskommune, som fungerte som fylkeskoordinator for Tettstedsprogrammet det siste året. Kjensli tror det var svært viktig at kaféen kom på plass relativt tidlig i prosjektet. – Ungdommen lever i nuet. Det er viktig for dem å se resultater i dag og ikke i morgen. I små distriktskommuner reiser dessuten mange av ungdommene ut tidlig for å gå på videregående skole. For disse blir det spesielt viktig at det skjer ting mens de fortsatt bor i kommunen, sier Kjensli.

Og kanskje nettopp derfor stod ungdommens ønsker sentralt i tettstedsprosjektet. I tillegg til å åpne kafé, ønsket ungdommen at parken Ellingshagen skulle rustes opp. Resultatet ble en flott park med pen beplantning, bord, benker og sandvolleyballbane.

Miljøgaten

Miljøgaten var imidlertid den største satsingen i tettstedsprosjektet. Riksveien gjennom sentrum hadde i mange år vært en trafikkfarlig strekning. Til dette prosjektet valgte kommunen å engasjere en arkitekt fra et firma i Bergen. Mange undret seg, hvorfor velge en utenfra?

– Mannen i gata var nok litt skeptisk i starten, men det stilnet av når resultatene kom. Folk ble fornøyde. Jeg tror det er positivt å trekke inn folk utenfra, de ser ting på en annen måte. Gildeskål fikk inn en dyktig fagmann som greide å bygge videre på stedets kultur og identitet, sier Kjensli.

Stor folkefest

Etter mye planlegging og hardt arbeid kunne folket endelig feire at Miljøgaten var i havn. Det skjedde i 2004, og alt som kunne krype og gå, møtte opp for å feire Inndyrs nye stolthet. – Det er viktig å feire både små og store begivenheter. Man får synliggjort at det skjer ting, man får oppmerksomhet, man kommer "på kartet" og man blir stolt, sier Kjensli og legger til: – Når klippfisktorget blir ferdig, forhåpentligvis til sommeren, skal det feires!

Folkefesten ble avsluttet på Tormodbrygga, som også er et viktig resultat av Tettstedsprosjektet. Tormodbrygga er en pub og et samlingssted hvor folk kan komme sammen for å høre musikk, delta på quiz eller bare være sosiale og prate.

Dugnadsånd av ypperste klasse

Tettstedsprosjektet i Inndyr er et eksempel til etterfølgelse når det gjelder mange ting, ikke minst dugnadsinnsats. Befolkningens dugnadsinnsats er estimert til over 20 % av den totale finansieringen av prosjektet, eller sagt på annen måte, har en prislapp på om lag 3 millioner kroner.

– Kommunen hadde ikke greid seg uten dugnadsinnsatsen, sier Kjensli og tilføyer: – Til tross for at Gildeskål har fått mye økonomisk støtte, hadde de ikke alene klart å skaffe til veie egenandelen uten dugnadsinnsatsen og støtten fra lokale bidragsytere.

Næringsutvikling

Tettstedsprosjektet i Gildeskål har vist at godt tettstedsutvikling også er god næringsutvikling. Arbeidet har ikke bare skapt mer attrak-

tive og miljøvennlige omgivelser, også det lokale næringslivet har fått et løft. Gildeskål har brukt stein fra Evjen Granittbrudd AS i utformingen av miljøgaten. De båtmastinspirerte gatelysene er utviklet og produsert ved Inndyr Marina og det lokale firmaet Arkimedes har levert flytebryggen til torget, for å nevne noe. Disse leveransene har ført til at bedriftene har fått nye kunder. Ikke minst gjelder dette Evjen Granitt som har levert stein til flere større stedsutformingsprosjekt de siste to åra, sier Kjensli.

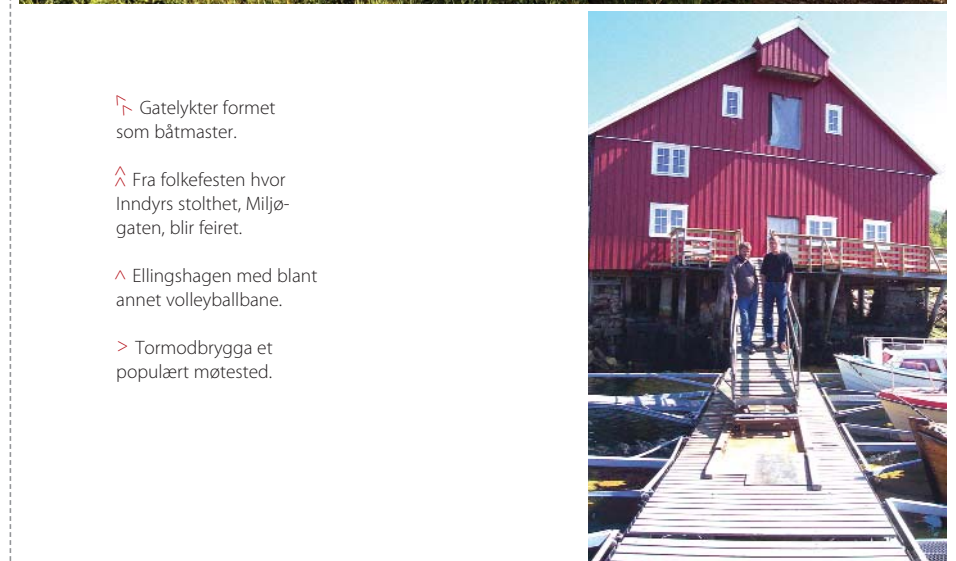
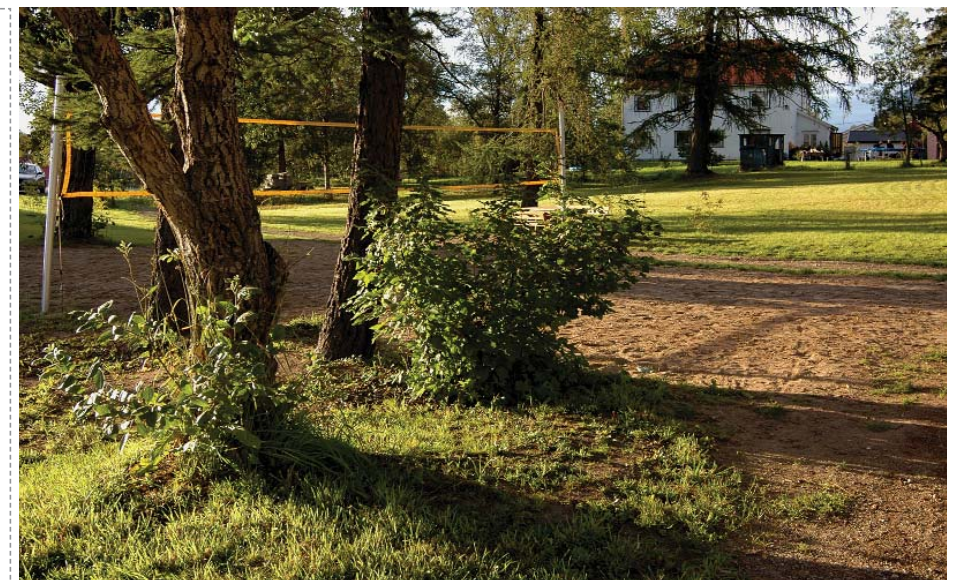
Suksesskriterier

På spørsmål om hva andre kan lære av Gildeskål, peker Kjensli på dugnadsorganiseringen.

– Det gjelder å ikke slite ut folk. Ved å lage prosjektgrupper har folk fått være med på å jobbe med ting de selv brenner for eller er opptatt av. Trolig har flere latt seg involvere. Hvis alle til enhver tid skulle bli innkalt, ville det lett blitt slik at de mest ivrige hadde bidratt, sier Kjensli. Hun fremhever også kommunens prosjektleder.

– Prosjektleder Vidar Hansen har vært fantastisk. Han har en evne til å hente det maksimale ut av ting. Han la grunnlaget for samarbeidet, og for tid- og ressursbruken fra lokalt næringsliv og innbyggere. Ikke minst har han vært god til å få pengene til å "ynge". Det koster å gjennomføre et slikt prosjekt. Uansett hvordan man snur og vender på det, er penger viktig, avslutter Kjensli.

www.tettsteder.no



↳ Gatelyster formet som båtmaster.

^ Fra folkefesten hvor Inndyrs stolthet, Miljøgaten, blir feiret.

^ Ellingshagen med blant annet volleyballbane.

> Tormodbrygga et populært møtested.

Omvei til begjær

De fleste omveier er til besvær. Veistrekningen Den Gyldne Omvei på Inderøya i Nord-Trøndelag er derimot til begjær.

TEKST: SCRITTO, HILDE BRINGSLI FOTO: DEN GYLDNE OMVEI

Den Gyldne Omvei går gjennom et vakkert kulturlandskap i Inderøy kommune i Nord-Trøndelag. Veiruten tilbyr varierte kulturopplevelser du sent vil glemme. Her kan du oppsøke kunsthåndverkeren i eget verksted, gårdsmatprodusenten, historiske minnesmerker og galleri for å nevne noe. I tillegg kan du spise og sove godt i omgivelser som gir deg fred i sjelen. Eller du kan bare sette deg ved sjøen og la humla suse, som leder i Den Gyldne Omvei, Astrid Aasen, uttrykker det.

Bygdeutviklingspris til "omveien"

Det tar 12 minutter å kjøre E6 mellom Røra og Vist. Den Gyldne Omvei tar 8 minutter mer eller en dag, en uke, en hel sommer, et helt liv... Slik markedsfører Den Gyldne Omvei seg – prosjektet som fikk både den fylkesvise og nasjonale Bygdeutviklingsprisen for nyskaping i 2005, tildelt av Innovasjon Norge. Blant mange forhold la juryen vekt på at "Den Gyldne Omvei skiller seg fra tidligere vinnere. De representerer ca. 20 enkeltbedrifter som har gått sammen om markedsføring og profilering. Helt fra starten av har de stilt høye kvalitetskrav og hatt et skarpt blikk på kommersialisering".

– Vi så en stor fordel i å kunne markedsføre oss sammen og dermed bli mer synlige og attraktive som reisemål. Samarbeidsklimaet er veldig godt, og vi løfter hverandre fram i stedet for å konkurrere, sier Aasen som driver Gangstad Gårdsysteri – en smaksopplevelse langs Den Gyldne Omvei.

Bevisst markedsføring

Markedsføringen har i første rekke bestått i utarbeidelse av en fellesbrosjyre, samt

hjemmeside. – Første året ble 10 000 brosjyurer trykket opp. I 2005 var tallet oppe i 60 000 stk. Disse blir lagt ut på strategiske plasser og er svært populære blant turistene, sier Aasen og legger til: – I tillegg til brosjyren og et spesialdesignet brosjyrestativ, har vi laget en billedmontasje om Den Gyldne Omvei. Denne har vi fått henge opp blant annet på turistbyråer og i hotellresepsjoner i området.

Stor oppmerksomhet

At Den Gyldne Omvei har lyktes med prosjektet er selvsagt bedriftenes fortjeneste, men de har også fått god hjelp og støtte fra det kommunale apparatet.

– Det var Inderøy kommune ved rådmann Einar Jacobsen som tok initiativ til oppstartsmøtet, og det var kommunen som plukket ut bedrifter de mente var kommet langt nok til å bli med. Beliggenhet og kvalitetskrav var sentrale kriterier. "Veien" skulle ha gyldne opplevelser, sier Aasen.

En kommunal pengegave, samt midler fra Verdiskapingsprogrammet for mat ga muligheter til en sterkere markedsføring. All medieoppmerksomheten har også gjort sitt. SAS Braathens-magasinet som i fjor hadde en lang artikkel om prosjektet, dømte like godt om Den Gyldne Omvei til Trøndelags Toscana. Den Gyldne Omvei ble dessuten også kåret til "Triveligste reisemål i Trøndelag" 2005 av Trøndelag reiseliv AS.

Viktige suksessfaktorer

Prosjektet har slått litt ulikt ut for bedriftene, men alle har hatt god effekt av markedsføringen.

– Beliggenhet og gode, forutsigbare åpningstider ser ut til å være viktige suksesskriterier. Videre er det viktig å legge stein på stein, og ikke forhaste seg. Bedriftene som deltar i et slikt samarbeid må dessuten ha et sterkt eierskap til prosjektet. Det er også en forutsetning at de som deltar er gode til å samarbeide og har stor takhøyde. Jeg tror vel også at noen strategiske og gode ildsjeler i fellesskapet er en forutsetning. Mangler disse blir det ingen god framdrift, sier Aasen.

Strengt opptakskrav

For Den Gyldne Omvei er det et viktig prinsipp at deltakerne skal kunne gå god for kvaliteten hos hverandre. Siling og kvalitets-sikring er derfor viktig.

– Det skal være 2/3 flertall ved opptak av nye medlemmer. Oppfatninger om hvem som er "bra nok" kan være sprikende. Noen har blitt skuffet over at de ikke har fått være med, men de aller fleste forstår at vi må ha strenge opptakskriterier. Vi besøker alle bedriftene slik at vi får et godt grunnlag for å vurdere hver enkelt søknad. Et absolutt krav er at bedriften skal representere en opplevelse – fungere som en turistattraksjon, sier Aasen. Hun forteller at det koster å være med. Det blir en del tusenlapper til blant annet en årlig kontingent, markedsføring på hjemmesiden og fellesbrosjyren. I tillegg ligger det forpliktelser i forhold til å legge ned arbeidsinnsats til beste for prosjektet. Det er viktig at folk skjønner at medlemsskapet forplikter, sier Aasen.



Utfordringer framover

DGO består av bedrifter med svært sprikende ambisjoner, fra Fortidsminneforeninga uten midler til noe som helst, båtforeninger med ildsjeler i frivillig dugnadsinnsats, og i andre enden, store profesjonelle bedrifter med 20 millioner i omsetning.

– Prosjektpengene er slutt, og det er en stor utfordring å finne en kontingentform som gir et rettferdig grunnlag for videre samarbeid. Jeg tror vi sammen skal finne en vei som alle kan leve med, også økonomisk, avslutter Aasen som selv har mottatt en rekke priser for sine fantastiske osteprodukter. Har man først fått smaken på dem er man hekta, skal vi tro ryktene, og det gjør vi.

▲ Astrid Aasen med noen av sine fantastiske osteprodukter.

7 Rødbrygga, et trivelig spisested i et bryggeanlegg fra 1868.

7 Dreieing på Svingen Keramikk.

> Bunadsaum AS har alt man trenger til Nord-Trønderbunaden.

>> Honningproduksjon på Berg gård.



Med hjerte for lokalsamfunnet

“Ildsjel” betyr en person som er fylt av brennende begeistring og iver; drivende kraft i en sak. Slik står det forklart i ordlisten. Svein Inge Fosse passer godt inn i denne definisjonen. Han er en drivende kraft i arbeidet med vern og utvikling av det gamle fiskeværret Kalvåg, og i arbeidet med å utvikle bygda som reisemål for turister.

TEKST: ODDRUN MIDTBØ FOTO: MARIT BENDZ

“I 1952 var det sju daglegvarebutikker, to bakeri og 700 menneske i Kalvåg. I 1980 var staden fråflyttingstruga. Skulen hadde berre 37 elevar att. Her ville det om kort tid bli kroken på døra for heile lokalsamfunnet, trudde folk. Det var før Svein Inge Fosse vende heim”, står det i boka Havlandet som handler om “folk og landskap i ytre Nordfjord”. Den 51 år gamle fembarnsfaren er en kjent person i regionen.

Ulike kamper skal kjempes

Etter noen år borte fra bygda vendte han hjem i 1977. Han startet Kafè Vest i 1986, og da faren døde, overtok han driften av landhandelen i bygda. I 1990 kjøpte han fiskebua Knutholmen. Fra å være frafallent er det nå blitt et originalt og populært reisemål. Fosse har bygget opp en restaurant basert på bruk av lokale råvarer, driver catering og overnatting og har lokaler for møter og kurs. Knutholmen er blitt et begrep innenfor reiselivsnæringen.

I gangavstand rundt den vesle vågen ligger nymalte naust, forvandlet til feriehus. Til og med vinterstid bor det folk i noen av dem. Flere eldre bygninger omkring vågen

i Kalvåg er kjøpt og restaurert av Fosse. På Amtskaia er det bygget et stort, kombinert bygg med dagligvarehandel i første og turistleiligheter i andre og tredje etasje. Like ved ligger den gamle rutebåten Opstad. Fosse vil ikke ta æren alene for å ha reddet den gamle båten; de er seks stykker som eier den sammen, og det er blitt mange dugnads-timer for å få båten i stand igjen.

– Min styrke er at jeg klarer å få folk med meg. Vi har kjøpt det andre ikke vil ha og er ikke opptatt av å grabbe til oss. Vi er mest opptatt av å inspirere andre og å få optimis-men fram igjen i området, sier han.

– Det er mange ting å ta tak i, både i forhold til intern drift, og i forhold til markedsføring og kundebehandling.

Større verdier enn kroner

– Jeg har aldri hatt mye penger og kommer heller ikke fra en rik familie, men jeg har stor tillit i lokalbanken. Kona mi og jeg startet med fire millioner kroner i omsetning i 1986 og har rundt 30 millioner i dag. Jeg har svidd av 50 millioner kroner, men det har gitt arbeidsplasser og aktivitet på hjemstedet. Så

det er det verdt, sier han, selv om revisoren kanskje er av en annen mening. Den hardtarbeidende Fosse får kjefte for ikke å tjene nok; investeringene har ikke alltid stått i stil med inntektene.

– Selvsagt er det viktig å tjene penger, men tenk så kort tid vi har her på kloden. Jeg vil så gjerne at det kan stå noe igjen etter meg og mine, noe som kan gi inspirasjon og optimisme til andre. Jeg er 51 år og vet man ikke skal leke med ilden. Til tider har det vært så hektisk at matpakken har forblitt uåpnet gjennom arbeidsdagen. Han har holdt på hardt i 26 år, men nå kommer to av sønnene tilbake til bygda for å arbeide hos foreldrene; som kokk og som butikkarbeider.

Ferie

Nå er målet å tjene penger for å holde banken i sjakk og litt til slik at kona mi og jeg kan reise på ferie. Feriedagene hittil, fordelt på 27 år, er på totalt 19 dager. Men Fosse går verken tom for energi eller idéer av den grunn.

– Jeg har alltid likt å arbeide, og jeg har vært velsignet med god helse og mye energi, så arbeidsdagene er alltid lange.

I boka Havlandet er bygdebyggeren presentert under tittelen “Kjærleik og mat”. På spørsmål om hvor han får all energien fra, svarer han i boka: “– Enkelt. Eg har ei kone eg er glad i og fem flotte barn. Berre eg får litt kjærleik og litt mat – ja då held eg meg i gang, dag etter dag. Med kjærleik og mat!”

– Det som holder meg gående er at jeg har lett for å glemme tabber, motgang eller negative ting. Jeg er optimist og glad i folk. Det har jeg fått inn med morsmelken; alle er spesielle og fortjener oppmerksomhet.

> Svein Inge Fosse har vært og er en drivende kraft for hele samfunnet Kalvåg i Bremanger i Sogn og Fjordane. Takket være denne mannen er sjøhusmiljøet forvandlet fra ruin til å bli et ettertraktet turistmål.



Fra vern til næring

– Bygdemobilisering av beste sort! Slik presenterer kultur- og næringssjef Per Arne Tveit naturbruksprosjektet i kommunen sin, Askvoll. Vern kontra næring, fastland kontra øysamfunn, dugnad kontra kommersiell drift, svulstige løfter kontra pengemangel, synlig kontra usynlig. Utfordringene er mange, men optimismen er sterk.

TEKST OG FOTO: ODDRUN MIDTBØ

Askvoll ligger på kysten av Sogn og Fjordane. Bulandet er det vestligste aktive fiskerisamfunnet i Norge, og består av 365 øyer med rundt 260 innbyggere. På Værlandet bor det rundt 200 innbyggere. Der er fiske og oppdrett de viktigste næringsveiene.

Fra vern til næring

Værlandet var en av fire bygder i fylket som deltok i det nasjonale pilotprosjektet, naturbruksprosjektet, initiert av Fylkesmannen i Sogn og Fjordane. Målet var økt verdiskaping gjennom natur- og kulturbasert næringsutvikling i og ved utvalgte verneområder. Prosjektet ble avsluttet sommeren 2005 og resultatet viser at mobiliseringsprosessene har ført frem.

– Bygda har snudd frustrasjon omkring vern til en optimistisk utviklingsstrategi. Her er etablert flere nye bedrifter, sier Tveit og ramser opp; stenindustri, garnmontering, ridesenter, overnatting, havkajakarrangement, tursti i reservatet, informasjonssenter, sykkelutleie og multifunksjonell butikksatsing. Selv om det kan høres ut som en solskinnshistorie der alt går rette veien; til og med folketallet øker, er bildet mer nyansert enn som så. Flere av prosjektene står i stampe i påvente av økonomiske midler.

Bro skaper nye utfordringer og samarbeid

Sommeren 2005 ble Bulandet og Værlandet knyttet sammen med seks nye broer og 5240 meter vei. Dette åpnet opp for et nytt reiselivsprodukt – Nordsjøporten, og nye utfordringer. Begge øyene kunne ikke beholde barneskolen etter sammenkoblingen. Etter noen protester ble gamleskolen på Bulandet gjort om til et billig overnattingssted. Et sted for turistene som kommer til området for å sykle den nye Nordsjøveien, padle med havkajakk mellom de mange hundre øyene eller rett og slett drive med øyhopping etter inspirasjon fra Hellas.

Megger i motvind

– Fem megger i motvind styrer det meste, sier Tveit og legger fort til for å unngå misforståelser. – Det er det de kaller seg, kvinnene som har tatt i et tak. Kvinnene styrer løpet, men mennene er med. Det er blitt mange, mange dugnadstimer for å fikse opp gamleskolen, og mye står igjen. Det første året hadde de 100.000 kroner i omsetning, i år har de allerede booket inn 900 overnattingsdøgn. Målet er å kunne gå fra dugnadsarbeid til å bli en arbeidsplass for flere. Men overgangen fra dugnad til kommersiell drift

skaper dilemma, de havner mellom to stoler: For lite prosjekt for Innovasjon Norge og for stort for Bygdeutviklingsmidler hos Fylkesmannen. Sistnevnte instans har likevel valgt å støtte prosjektet videre. Skolen som overnattingssted betyr mye for fremdriften av de andre prosjektene som er avhengig av at brukere har et sted å overnatte, når de først har kommet seg til øysamfunnet.

Internasjonale kontakter

Det er blitt mye mediefokus på utviklingen og suksessen de har hatt ute på øyene, og næringssjefen føler at han ikke strekker til på fastlandet.

– Vi har hatt planer om å forbedre infrastrukturen i sentrum, men på grunn av dårlig økonomi må det utsettes, sier han og tilføyer: – Oppgående og sterke grendelag er avgjørende for å få suksesshistorier. Den svakeste bygdeidentiteten finner man i sentrum, og det er vanskelig å mobilisere på tvers av bygder. Årlig inviterer han inn til møte med grendelagene for å utveksle erfaringer og ideer.

De to grendelagene ute i havet har tett samarbeid og felles hjemmeside. Broforbindelsen har ført til en årlig brofest med marked og kulturarrangement. Det siste



året har de også orientert seg over havet til Skottland og Shetland. I år kommer gjester fra det gryende samarbeidet. Ti unge folke-musikere fra Skottland starter en turnering i Askvoll før de reiser videre til en av de andre bygdene som var med i naturbruksprosjektet, Jostedalen.

▲ Folketallet vokser. Både Bulandet og Værlandet har hatt folketalsøkning de siste to årene. Bulandsbarn har funnet seg en trygg lekeplass – på land.

> Brødlevering til Værlandet.

> Sundet mellom Bulandet og Værlandet.



Festivaler og lokalmat gir unik merkevare

Det startet i det små; forskjellige miljøer hadde arrangement til ulike tider på året. Etter å ha slått seg sammen er de blitt et kjent begrep, nasjonalt og internasjonalt.

TEKST: ODDRUN MIDTBØ FOTO: NILS-ERIK BJØRHOLT, ODDRUN MIDTBØ OG VOSSAMENY

“Ekstrem sportveko” på Voss er et godt eksempel på vellykket merkevarebygging tuftet på sterk dugnadsånd og bredt samarbeid. Og der det er masse folk, er det behov for mat - gjerne lokalmat.

Voss Fallskjemklubb, Voss Hang- og Paraglidingklubb, Voss Kajakklubb og Voss Raftingsenter AS arrangerte Ekstrem sportveko for første gang i 1998.

– Dette samarbeidet fungerte så godt at det resulterte i stiftelsen Ekstreme Voss, som i dag eier Ekstrem sportveko, forteller Karianne Finne. Hun startet som frivillig for noen år siden og er i dag daglig leder for arrangementet. Det som startet som et lite arrangement, blir nå regnet for å være den viktigste internasjonale markedsføringskanalen for Voss.

Lansert over hele Europa

NRK hadde i 2005 daglige direktesendinger fra Voss. Det samme skal skje i 2006. Sommeren 2005 gikk det også flere sendinger om Ekstrem sportveko på Eurosport.

– Det har gitt Voss og omland en merkevare som et mekka for aktiv fritid. Tidligere hadde Voss fokus på vinteraktiviteter, nå er det sommeren som skaper mest blest og ringvirkninger for hele regionen, sier hun stolt og legger til: - Ekstrem sportveko fascinerer ikke bare den aktive utøveren, men også de som ikke våger, men gjerne vil, og de som lar seg fenge av aktiviteter og vakker natur. Ekstrem sportveko er mer enn sport. Den siste helgen inviterer vi til musikkfestival. I 2005 deltok 1200 utøvere fra hele verden, i tillegg trakk teltarrangementene rundt 3000 sports- og musikkinteresserte – hver kveld!

Tuftet på lek og dugnad

– Vi har fokus på et sett med viktige verdier. Kjernen i arrangementet er at man skal utfordre seg selv og naturkreftene, og vi er restriktive i forhold til motoriserte aktiviteter. Det viktigste er ikke å vinne, men å ha det moro. Ekstrem sportveko skal ikke være styrt av kommersielle interesser. Det er utøverne og de frivillige som skal stå i sentrum. Dugnadsånden står sterkt. Grasrotengasjementet er vårt viktigste suksesskriterium, forteller damen som er lønnet seks måneder i året, og jobber resten på dugnad. Med seg har hun en stab på 20 personer som er involvert gjennom hele året. 400 frivillige trår til under selve arrangementet. Det er verdt å merke seg at ildsjelene ikke er utbredte. Det er fremdeles mange av de samme som står i bresjen som i starten.

Målet? Å være det beste ekstrem sportveko arrangementet i verden, sier Finne. Intet mindre, passe ekstremt!

Vossameny til festivalpublikum

Det tar på å drive med ekstrem sport. Som andre festivaldeltakere, trenger utøverne mat. Det er der bedriften Vossameny ser et stort potensial.

– Vossameny har som mål å få fram lokalmat og tradisjonsmat i serveringsbedriftene på Voss, både klassisk tradisjonelle og nyutviklede retter av lokale/regionale produkter. Retter der det blir lagt vekt på hvor råvarene kommer fra, og der vi kjenner historien om foredling, enten det er basert på en tradisjon eller er et nytt produkt, sier daglig leder Torunn Løne Vinje. Hun har vært med fra den spede starten i 2003.

– Handel med nærliggende distrikt er en del av våre mattradisjoner, derfor blir det også servert retter med produkter fra bønder og matprodusenter andre steder i Hordaland og Sogn og Fjordane, sier Løne Vinje.

Koblingen med det økende festivallivet på Voss åpner opp for et helt nytt marked for Vossameny. De vil utvikle mattilbud som passer inn mot de forskjellige festivalene.

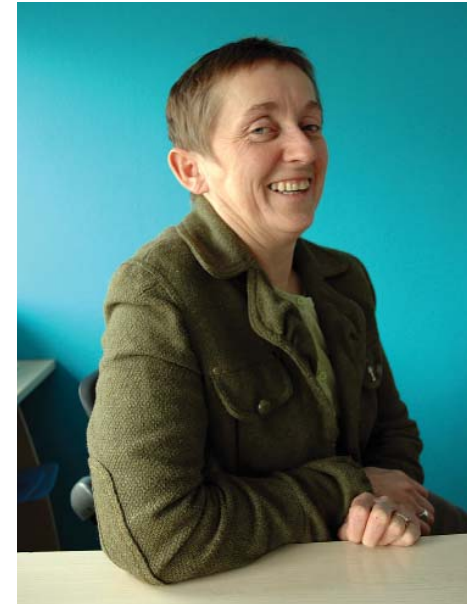
– Det er viktig at vi er inne direkte og ikke gjennom en tredjepart. Selv på vesle Voss var det mange som ikke kjente hverandre. Folk vet om hverandre, men mange hadde ikke møtt hverandre før. Det er avgjørende å ha en person som får folk med seg, og å bryte ned gamle innbarkede barrierer mellom forskjellige miljøer, sier Løne Vinje. Hun viser til suksessen med nattåpen suppekafé på Avhaldskaféen for det trøtte, men sultne festivalpublikum på vei hjem etter konserter.

Trygg tid snart forbi

Vossameny har prosjektfinansiering frem til sommeren 2006.

– Utfordringen blir å utvikle en langsiktig driftsmodell slik at de kan stå på egne ben når sikkerhetsnettet er borte. De omkring 30 medlemmene har nå etablert et BA, hvor hver bedrift, uansett størrelse, har en stemme. Det kommer jevnt til nye medlemmer og nyetableringer innenfor servering og småskala matproduksjon, men like viktig som å fokusere på de nyetablerte er det å se på de som har eksistert i flere år. Har de utnyttet sitt potensiale til fulle?

Det ligger store gevinster i å utvide aktiviteten til etablerte bedrifter. Og det ligger



uante muligheter dersom man når ut til et større publikum, sier Løne Vinje og peker på at småskalaprodusenter på Voss er i startgruppen for å nå ut til et enda større marked enn det nasjonale.

Fenalår til Italia

Høsten 2005 startet sammenslutningen Voss Kjøttindustri eksport av fenalår til Nord-Italia. Dette skjer i samarbeid med andre småskalaprodusenter i Norge.

– Det er litt av et løft for de norske aktørene som representerer noe annet enn de store europeiske produsentene. Selv om man er liten, kan man tenke og satse stort. Det passer godt for ambisiøse vossinger som har gjort samarbeid på tvers av miljø til en styrke for bygda, avslutter Løne Vinje.

^ – De virkelige utfordringene starter den dagen prosjektfinansieringen er borte, sier daglig leder for Vossameny, Torunn Løne Vinje.

7 Vossamenyteltet møter festivalfolket der de er. Kokk Erling Brandseth ved Brandseth Fjellstove tilbyr vossameny ved Brandsetelva. Action sørger elvepadlerne for, der de kommer i kast nedover elva i “Brandset utor”.



www.ekstrem sportveko.com

Lokalbutikk med masse attåt

Dagligvarehandel, bensinstasjon for bil og båt, "Drøsestove", serviceanlegg for småbåtfolket, selskapslokale, internettkaffe og postdepot. Det er utrolig hva man kan få plass til i en liten, gammel landhandel, bare viljen og motet er der. Bli med til Bjoa i Ølen!

TEKST: INGER ANITA MERKESDAL HALL (IAMH) FOTO: IAMH/MARIT EIKEHAUGEN, EMBLA REKLAMEBYRÅ

Ytterst på et lite nes i tettstedet Bjoa i Ølen, helt nord i Rogaland, ligger nærbutikken Buo landhandel. Den staselige fireetasjes bygningen fra 1933 var i mange år knutepunktet i lokalsamfunnet. En gang kokte det av aktivitet på kaien. Hit kom frakteskuter med høy og andre landbruksvarer. Og i sin storhetstid rommet bygget blant annet varelager, bake-ri, postkontor og venterommet for dampskipskaien. Mens nærmeste nabo var en stor sildeoljefabrikk.

Da veitrafikken overtok for fjordabåtene, gikk aktiviteten ned, og en dag stod også den lille lokalbutikken i fare for å forsvinne. Heldigvis ville sterke krefter i lokalsamfunnet, og Kåre Nymark, det annerledes.

Nytt liv i gammelt senter

Kåre Nymark kommer fra Bjoa, men flyttet som ung til Stord, hvor han utdannet seg til rørlegger. Han ble værende i 33 år og drev blant annet en bensinstasjon og båtutleie. For fem år siden ble han kontaktet av gamle venner hjemmefra. De ba ham om å komme til Bjoa og overta butikken.

– Barna var blitt voksne og hadde flyttet, og vi hadde allerede hus her. Så jeg tok det som en utfordring, sier handelsmannen og smiler.

En utfordring har det nok også vært. Men etter at han overtok har driften sakte men sikkert gått rette veien, et lite skritt om gangen. Det gamle butikklokalet var kronglete, krokete og uoversiktlig. Nå er det bygget om og ominnredet. Lokalet er innbydende, ryddig, og til tross for sin beskjedne størrelse på 100 kvadratmeter, ufattelig innholdsrikt.

Nesten årets handelsmann

Den rikholdige frukt- og grøntdisken er plassert like ved inngangen. Nymark legger vekt på å tilby ferske og fristende varer. Inspirasjon henter han blant annet gjennom Merkurprogrammet, hvor han har vært medlem i flere år.

– Merkur samarbeider med Norsk Tipping for å legge til rette for at flere småbutikker i distriktene kan bli kommisjonær. - Jeg kan derfor takke Merkurprogrammet for at jeg var så heldig å bli tippekommisjonær, sier Nymark og legger til: – Gjennom Merkurprogrammet reiser vi på samlinger og besøker blant annet hverandres butikker. Det er inspirerende og lærerikt å møte andre og se hvordan de gjør ting.

Nymark har nok også noe å lære fra seg, for i 2004 var han nominert blant de ti øverste i en landsomfattende konkurranse om å bli Årets kjøpmann.

– Det var kjekt å bli nominert, men jeg er glad jeg ikke nådde helt frem. Det hadde sikkert blitt mye oppstyr, sier handelsmannen, som bekrefter at han stortrives både på jobben og hjemme i bygda si.

Utvidet aktivitet

Vegg i vegg med butikken har han en liten pub og selskapslokale, "Drøsestova", med plass til 50 gjester. På kaien er en innbydende terrasse med stoler og bord, og han er i ferd med å få bygget nytt kjøkken. En liten pc er tilgjengelig for kundene og han har lagt opp trådløst nettverk, slik at både båtfolk og andre kan surfe gratis på nettet. I tillegg til all annen aktivitet frakter han ferske bakverk, aviser og andre varer med bil og båt.

– Butikken hadde nok vært nedlagt hadde vi ikke hatt alle tilleggstjenestene, mener han.

Det ville nok ha vært et savn, for det har vært drevet handel på neset siden 1898. Men det er knappe 200 husstander og få arbeidsplasser i bygda. De fleste innbyggerne pendler og mange handler nok middag og annet på veien hjem. Nymark innrømmer at han sliter med handelslekkasje, men Bjoa-folk vet likevel å støtte opp om handelsstedet sitt. Både butikken og Drøsestova er for en stor del pusset opp på dugnad.

Vintertiltak

– Ja, Bjoa-buen er flinke med dugnad, og har fått til mye kjekt i bygda si, bekrefter handelsmannen.

I Drøsestova arrangeres dans, lutafisklag, fødselsdagsfeiring og annet. Om sommeren er det åpent i puben, og i helgene koker det av aktivitet med både hyttefolk og småbåter. Også palmehelgen og påskeaften er det fullt kjøp. Men høst og vinterstid er det stille på Buo. Oppunder jul er det likevel stor aktivitet igjen. Driftige sambygdingar har på dugnad ominnredet fiskeoljefabrikken i nabobygget til festlokale, og en lørdag i desember arrangerer Bygdautviklingslaget og Kåre Nymark stort julemarked. Da stiller 20-25 lokale produsenter ut egne varer, mens handelsmannen selger varmt så fort han kan.

www.bjoanett.no



< På vei ut for å levere ferske bakverk og aviser.

↳ Det er stor aktivitet på kaien om sommeren.

▽ Kåre Nymark, en ekte handelsmann.



MERKURPROGRAMMET

- Merkur-programmet (Merkantilt kompetanseprogram for utkantbutikkene i regionene) skal blant annet legge til rette for å opprettholde et kvalitativt godt tjenestetilbud i distriktene.
- Har som mål å sikre lokalbefolkningen i distriktene tilgang på en dagligvarebutikk like i nærheten av eller på hjemstedet.
- Gir kompetanseheving til innehavere av nærbutikker.
- Er et virkemiddel i Kommunal- og regionaldepartementets regi for å opprettholde levekraftige småsamfunn.

Med indisk fastfood på menyen

Familierestauranten Mother India i Kristiansand var ikke nok. Sarita Sehjpal har en ubendig trang til å forsyne hele det norske folk med indisk mat.

TEKST: RUNE ØIDNE REINERTSEN, FÆDRELANDSVENNEREN FOTO: LARS HOEN

– Vi har fått avtale med Meny-kjeden i Oslo, tindrer Sarita Sehjpal (38). Østlendinger med normal til over gjennomsnittlig appetitt varsles herved: Snart vanker det mer kylling tikka masala, tandoori kylling og lam curry fra raskt voksende Taste of India AS på Hellemyr i Kristiansand. Opp mot seks tonn skal visst ut av døra hver uke fremover. Kjøttet er helnorsk, risen og det meste ellers fra India.

Saritas egen kulturkontekst begynte å ta sin spesielle form i 1972, da femåringen ankom Norge sammen med foreldrene og lillebror Raj. Faren hadde fulgt i sin eventyrlystne brors fotspor og sonderet terrenget i et halvt års tid allerede. Mor og far fikk straks hver sin jobb på Høie Fabrikker. Familien slo seg ned på Mosby i Kristiansand, og den utadvendte lille jenta fant seg umiddelbart norske venninner.

– Jeg har aldri opplevd ubehageligheter fordi jeg er innvander, oppsummerer hun sin egen oppvekst og livet generelt.

Indisk mat til det norske folk

Saritas ektemann Rajeev betegner henne som "75 prosent norsk og 25 prosent indisk." Utover på 1990-tallet ønsket minoritets-

andelen av henne stadig sterkere å supplere drøyt 4,4 millioner nordmenn med indisk mat. At hun hadde null peiling på hvordan den lages, fikk så være. Familien hadde allerede etablert restauranten Mother India i Kristiansand. Kokker ble hentet fra India og Sarita lærte mye av dem, 16 timers servitørarbeidsdager til tross. Etter hvert begynte hun å eksperimentere hjemme og tenkte stadig oftere på eget firma. Ikke en ny restaurant, men en produsent av porsjonspakninger som kan varmes kjøpt. Selve "Framtiden i Våre Mikrobølgeovner".

Trosset advarsler

I 1999 trosset hun 137 nokså likelydende advarsler og tok sin egenpålagte utfordring. De første rettene ble utviklet og produsert hjemme på kjøkkenet, hun designet emballasjen, pakket, brakte ut og hentet sågar tilbake brukte kartonger, for de kostet penger. Lenge slet damen hardt, men så begynte langsomt blandingen av hardt arbeid, tydelig vilje, kompromissløse kvalitetskrav, serviceholdning og eksotisk feminin sjarm å gi resultater.

Gjennombruddet

Gjennombruddet kom med Deli de Luca-kjeden i Oslo i 2005. Nå serverer den uhorvelige mengder Sarita-produkter til tidsklemmekunder som enten inntar maten der og da, eller bringer den med seg hjem varm, i dertil egnet emballasje. I tillegg har denne energibomben av en dame engasjert seg som kursholder i indisk matlaging, er i gang med et kokebokprosjekt med to medforfattere, er coach i et program som skal støtte opp under andre gründere med innvanderbakgrunn, og deltar i ressursgruppen for et scenarieprosjekt i regi av Agderforskning. Puh!

– Gjennombruddet med Taste of India hadde ikke vært mulig uten min fetter Samir. Han bor i Oslo, er utdannet siviløkonom og hoppet av fra en fin jobb i Microsoft for å markedsføre produktene våre, krediterer Sarita. Bror Raj, som både er siviløkonom, USA-utdannet «Master of Business Administration» og ellers har full og krevende jobb, får også en vennlig hilsen. Firmaet, med sine foreløpig fire produksjonsansatte og sju-åtte stykker som jobber med markedsføring på deltid, er blitt en klassisk innvan-

drer-gründer-familie-historie, med Sarita i front. Ingen andre på eiersiden, fastslås det kategorisk.

Det har gått bra?

– Ja, jeg har møtt mye velvilje fra mange. Etablererstipendet på 100.000 kroner fra Innovasjon Norge ga meg et tiltrengt puff da økonomien gjorde at jeg stod på stedet hvil. Og så må jeg sitere fra "Alkymisten" av Paulo Coelho: "Ønsker du deg noe sterkt nok, vil hele universet arbeide for å oppfylle det", og sånn er det. Jeg tror det skyldes en guddommelig kraft som styrer veien vi går, styrer vår skjebne. Hvilket navn kraften har, er uviktig, avslutter Sarita.

> Sarita Sehjpal lar seg ikke stoppe når hun har fått en god idé. Hun vil forsyne hele det norske folk med indisk mat.



Vellykket omstillingsprosess

Årskiftet 2001/02 gikk telekom-bransjen inn i en krise. Det fikk stor betydning for de to Agderfylkene. Men krisen, som særlig rammet Ericsson i Grimstad, ble håndtert med stor profesjonalitet. I dag blir den omfattende omstillingsprosessen betegnet som en suksess.

TEKST: SCRITTO, HILDE BRINGSLI FOTO: UGLAND EIENDOM OG MCP

Aust-Agder fylkeskommune tok tidlig initiativ til å møte den store utfordringen telekomkrisen utløste i fylket. Omstillingsarbeidet ble organisert i et prosjekt sammen med Aetat, Innovasjon Norge, kommunene Arendal og Grimstad, samt Sørlandets Teknologisenter AS. Prosjektet hadde en ramme på 6 millioner kroner, hvorav 3 millioner ble bevilget fra Kommunal- og regionaldepartementet og 3 millioner fra det offentlige regionale partnerskapet.

Målet med prosjektet var å få flest mulig av de oppsagte med høy IKT-kompetanse til å bli i Agderregionen. Dette skulle skje gjennom å skape arbeidsplasser i nye eller unge virksomheter og formidle folk inn i det etablerte arbeidsmarkedet.

Gode resultater

Hvordan har det gått?

– Det har gått veldig bra. Vi er utrolig stolte og godt fornøyd med resultatet, sier regionalsjef i Aust-Agder fylkeskommune, Kirsten Borge og går løs på resultatlista. – Det aller viktigste er at folk ikke flyttet. Vi har beholdt IKT-kompetansen i regionen vår. Videre er det etablert et titalls nye bedrifter, hvorav en representerer selve "drømme-etableringen". En gruppe ingeniører fra Ericsson har dannet selskapet Maritime Communications Partner AS (MCP). Bedriften har laget et nettsystem

som gjør at man kan bruke mobiltelefon på skip. Kundene er mange. Bedriften som nå er oppe i 40 ansatte, mottok i 2005 NHO's nyskappingspris, sier Borge stolt. I tillegg til dette, viser en undersøkelse som er gjort i forbindelse med prosjektet, at ca 60 % av de overtallige har fått relevant arbeid etter nedbemanningsprosessen.

Suksesskriterier

Det er flere grunner til at omstillingsprosjektet har gitt så gode resultater. Borge selv oppsummerer suksesskriteriene i "samarbeid – kompetanse – kapital – tilgjengelighet".

– Vi har vært gode på samarbeid. Partnerskapet har fungert svært bra og alle har vært enig om målet. Andre viktige elementer er at Aetat sørget for at de berørte ble sikret inntekt gjennom dagpenger, Innovasjon Norge har stilt med etablererstipend, Aust-Agder Næringsmiddel AS har stilt midler til disposisjon, blant annet gjennom aksjekapital og Sørlandets Teknologisenter (STS). Arendal Kunnskapspark har arbeidet målrettet for å stimulere til nyskaping.

Ericsson selv håndterte også omstillingen på en svært god måte. De tok "farsrollen", sier Borge. Hun er også opptatt av å sende takksigelse til Kommunal- og regionaldepartementet.

– Vi er svært fornøyd med departementet som vi har opplevd som en god og avgjørende støttespiller for omstillingsprosjektet.

Om kompetanse sier Borge:

– Det er liten tvil om at det er lettere å "omstille" kompetent arbeidskraft. Høyt utdannede har et bedre utgangspunkt med hensyn til utsikter til annet arbeid eller nyskaping. Når en i tillegg har aktører som STS og Arendal Kunnskapspark gir det et godt grunnlag for å skape gode resultater. Involverte offentlige aktører, nærings-selskapet og Sparebanken Sør har dessuten stilt opp med kapital, noe som har vært en forutsetning for å lykkes, sier Borge og fortsetter: – Det siste suksesskriteriet, tilgjengelighet, har også vært av avgjørende betydning. Det har vært lite byråkrati og raske beslutningsprosesser i omstillingsarbeidet. Styringsgruppen og prosjektledelsen har hele tiden vist god beslutningsevne og stilt moderate krav til dokumentasjon. En ubetinget fordel, skal vi tro Borge.

Kopiere suksessen?

Kan andre kopiere omstillingssuksessen? Borge har ikke noe entydig svar på det, men mener i alle fall at andre har noe å lære av samarbeidsmodellen.

– De involverte aktørene i prosjektet, som har vært mange, er vant til å jobbe sammen og kjenner hverandre godt. Terskelen for å ta kontakt er veldig lav. Det har ikke vært noen skjulte agendaer. Alle har fra første dag vært fokusert på å nå ut til deltakerne og skape resultater sammen med dem. Raske beslutningsprosesser er også viktig å ta med seg, avslutter en svært fornøyd regionalsjef.

^ Maritime Communications Partners AS mottar NHOs Nyskappingspris for 2005.

> Ericssonbygget i Grimstad.



Lever i pakt med naturen

Med ærefrykt for gården, landskapet og historien til dem som bodde der før henne, har Bjørg Minnesjord Solheim skapt nytt liv på gårdsbruket i Midt-Svartdal i Seljord kommune.

TEKST: SCRITTO, HILDE BRINGSLI FOTO: MARTE KOPPERUD

– Valget om å flytte på gård kom som følge av en mangeårig lengsel eller skal jeg si drift. Jeg hadde lett i nærmere 15 år da jeg kom over Midt-Svartdal. Gårdsbruket ble annonsert i forbindelse med "Småbruksprosjektet" i regi av Vest-Telemark næringsutvikling, forteller Bjørg Minnesjord Solheim.

Et riktig valg

Bjørg har aldri angret på at hun forlot bylivet i Oslo.

– Jeg bodde veldig bra og sentralt i Oslo, men jeg ønsket meg mer frihet og jeg ønsket å bo med nærhet til kulturlandskapet. Så ville jeg ha dyr. Utover det visste jeg ikke så mye. Jeg har sett på mange gårder rundt om i landet, så jeg kunne like gjerne valgt et annet sted. Jeg pleier å si at vi mennesker har føtter, ikke røtter. Vi tilpasser oss. Samtidig skal det sies at jeg har vokst opp på en gård utenfor Skien og at søsteren min bor på en gård i nærheten, sier Bjørg som setter pris på ha familie i nærheten.

Masse arbeid

Da Bjørg flyttet til Midt-Svartdal, var bygningen i dårlig forfatning. Beitelandskapet var gjengrodd. At det var mye å gjøre, skremte henne ikke. Hun hadde snarere en følelse av at stedet lå og ventet på henne.

– Det var mange som lurte litt da jeg bega meg ut på dette, men for det første var vi to, og så er jeg vel litt idealist, innrømmer Bjørg. Idealist er hun fortsatt, men livsledsageren døde før gården kom i stand. Likevel var det aldri noe alternativ å snu. Bjørg brettet opp skjorteermene. Hun har lagt om veien. Hun har bygget om låven og

hun har satt i stand steinmuren og tregjerdene slik at geitene kan holde landskapet i hevd.

Bjørg er opptatt av at livet i Midt-Svartdal ikke bare skal være en levemåte, men en levevei.

– Selv om det har vært viktig for meg å ivareta gammel bygningstradisjon, har jeg også vært opptatt av å tenke på rasjonell drift under restaureringsarbeidet. Driften her skal være mitt levestruktur, sier Bjørg og legger til: – Når det er sagt ser jeg på ivaretagelse av kultur og tradisjon som en viktig del av gårdsdriften.

Geiter & vev

Hun startet opp med fire geiter. I dag teller flokken ca. 26 stykker. Geitene gir henne mohairfiber. Geiteulla sendes så til et spinneri hvor det blir spunnet til garn. Garnet kommer tilbake til Bjørg som vever og strikker pledd, sjal, luer, skjerf og gensere av ulla. En del av garnet farges med plantematerialer fra naturen rundt. Strikkekurs blir det også. I dag har hun to som hjelper til med strikkingen. Søsteren er med og vever i vevstua.

– Det er hyggelig å ha selskap på gården, og det er fint å kunne bidra til næringsutvikling. Målet mitt er at det kreative samarbeidet jeg har med de andre skal resultere i unike geiteullprodukter, sier Bjørg.

Fjøs blir til stue

Bjørg gjør mer enn å holde gården i hevd, stelle geiter, veve og strikke for salg. Når sommeren kommer og geitene er ute på beite, vasker hun ned fjøset slik at hun kan ta imot gjester. Det har blitt noen konferanser

og seminarer etter hvert i fjøset. Ingen overnattinger, men enkel servering, forteller Bjørg.

Hvordan rekker du alt?

– Arbeidet er så givende. Dessuten får jeg hjelp fra søsteren min og sønnene mine, sier Bjørg som forteller at hvis hun er litt sliten hjelper det å komme inn til geitene og "prate" litt. – Da er det som alt faller på plass. Kontakten med dyra er mentalhygiene. Noe av det beste med å bo her er dessuten at jeg får leve i pakt med naturen og landskapet. Turen fra fjøset til vevstua en vinterkveld, med måneskinn og glitter i snøen, er en helt magisk opplevelse, skal vi tro Bjørg.

Studier på si

Som om ikke alt dette skulle være nok. Bjørg som både er utdannet sykepleier og idéhistoriker, studerer nå kulturhistorie med fordypning innen emnet tekstil. At hun også får tid til å studere, ved siden av alt som skjer på gården, vil hun ikke gjøre noe stort nummer ut av. Studiene er så spennende.

– Jeg føler meg privilegert. Jeg holder på med ting jeg liker, og jeg har ikke vært avhengig av å ha full inntekt, sier Bjørg. Målet er imidlertid at hun innen to år skal kunne livnære seg helt og fullt på gårdsbruket.

Ingen bygdedyr

Bjørg kom "utenfra" og hun gjorde ting på sin måte. Noen som har reagert negativt? – Ingen var negative, men noen var nok litt skeptiske i starten. Det synes jeg ikke er så rart. De så vel på meg som en fin byfrue

med romantiske griller, men det endret seg fort når de så at jeg kunne ta i et tak med både hammer og spiker. Dessuten startet jeg med å grave ut kjelleren for hånd for å drenere ut vann. Det hjalp!, sier Bjørg. Hun synes hun har vært heldig med menneskene hun har møtt på sin vei.

– Omgivelsene har vært veldig positive. Jeg har fått gode naboer og kontaktene mine i Seljord kommune har vært veldig positive og hjelpsomme, avslutter Bjørg som er opptatt av at gårdsbruk ikke bare er mat, men også husflid, håndverk, kultur og historie.

^ Vevet brukes flittig på gården i Midt-Svartdal.

> Kontakten med dyrene er mentalhygiene, mener Bjørg Minnesjord Solheim.



SMÅBRUKSPROSJEKTET I VEST-TELEMARK

- Prosjektet ble gjennomført i perioden 2000-2003 i regi av Vest-Telemark næringsutvikling.
- 700 eiere av fraflyttede småbruk ble kontaktet med spørsmål om salg eller utleie. 120 bruk ble i løpet av fire år lagt ut for salg/utleie.
- Over 75 familier flyttet til disse småbrukene. Omlag 30 ble overtatt innen familien.
- Prosjektet følges opp med "Livsstilsbruket" en analyse av hvordan det har gått med tilflytterne.
- Det er også utarbeidet en praktisk veileder, "Bruk mulighetene", i arbeidet med å få ledige gårdsbruk ut for salg.

Storaas Gjestegård – et eventyr i skogen

Hva har Storaas Gjestegård i Jondalen i Kongsberg, til felles med Piemonte i Nord-Italia? Lite, annet enn at Jarle Storaas gjør sitt for at gjestene sine har det bra begge steder.

TEKST OG FOTO: SCRITTO, HILDE BRINGSLI

Storaas Gjestegård ligger i Jondalen på grensen mellom Buskerud og Telemark, like under Blefjell. Stedet var opprinnelig en del av de såkalte Bolkesjøgårdene, men på slutten av 1800-tallet ble eiendommen skilt ut. Det fortelles at man kvittet seg med områdene som ikke hadde noe verdi. Så feil kan man ta. I dag, etter mange års oppbygging og restaurering, har Jarle Storaas og Dea Haug Storaas gjort gjestegården til et populært sted for naturglade privatpersoner og opplevelshungrige næringslivsfolk.

Reiselivsetablering

– Tanken om reiselivssatsing var klar da vi flyttet til Jondalen og Storaas i 1985. Tradisjonelt jordbruk egnet gården seg dårlig til. Veien fram til gjestegården slik den fungerer i dag, har imidlertid vært lang. Vi har drevet ferie- og weekendavlastning for barn og unge, vi har tatt imot barn på aleneferie, arrangert bondegårdsferie, hesteleir for jenter, speiderturer og drevet alternativ skole i samarbeid med Kongsberg kommune, for å nevne noe. Midt oppi dette viste en undersøkelse, foretatt av Kongsberg Ingeniørhøgskole, at lokalt næringsliv ønsket seg et annerledes sted for representasjon. Et opplevelsesorientert kurscenter med god mat, forteller Jarle Storaas. Og dermed ble ny kurs staket ut.

Aktiviteter for enhver smak

– Først gikk vi i gang med å tilfredsstille det første behovet - "Et sted for representasjon". Flere gamle tømmerstuer ble satt i stand og gjort om til serveringssteder og vi headhun- tet en kokk. Parallelt satset vi på å utvikle

aktiviteter som blant annet teambuildingsløype, kanefart, skyting, ridning, hopp fra store høyder, jurklutkasting og hestekokasting, sier Jarle Storaas.

Forstår vi ham rett, er det stort sett bare gjestens fantasi som setter begrensninger for hva som er mulig på Storaas. Selv er han et oppkomme av idéer. Ett av turforslagene har han kalt "Fra fly til hest".

– Dette er et tilbud som innebærer at gjestene blir hentet med småfly og fraktes opp på Telemarks tak, Møsvatn. Herfra tar vi buss noen kilometer, før vi ved hjelp av guide beveger oss ned tungtvannssabotørens rute til Vemork. Deretter blir det padling og litt mer busskjøring før vi setter oss på hesteryggen og rir til Storaas Gjestegård hvor det venter gjestebud, forteller Jarle Storaas. Han innrømmer at kreativiteten er stor og at det stadig tenkes nytt. Nå har kreativiteten ført ham og kundene ut på nye markeder og utenlands.

Events og utenlandsturer

– Utover i 2004 og 2005 var det flere av våre største kunder som ba om assistanse og tips til turer andre steder. Dette førte til at jeg begynte å arrangere turer til Svalbard og Lofoten, samt flere mat- og vinturer til Piemonte i Nord Italia. I år skal jeg ha med grupper til Kirkenes, Lofoten, Sverige og Italia, sier Jarle Storaas.

Han har ingen betenkeligheter med å lage arrangementer utenfor Storaas.

–Man må tørre å tenke litt utradisjonelt. Det er ikke slik at disse kundene forsvinner fra Storaas, snarere tvert i mot. Relasjonen til kunden styrkes ved at jeg både tar dem i

mot her på gården og arrangerer turer ute for dem, sier Jarle Storaas som foreløpig gjør det meste selv på dette området.

– Kona mi har hendene fulle av andre gjøremål, blant annet oppbyggingen av en pølsefabrikk sammen med søsteren sin. Vi er opptatt av god mat her på Storaas og det har blitt en del pølser på grillen opp gjennom årene. En dag tenkte vi: Går det an å gjøre noe mer ut av pølser? Så dro kokken vår av gårde med lastebil til Tyskland og kjøpte utstyr til pølsefabrikken som nå bygges opp i et nedlagt aldershjem. Pølseproduksjonen er organisert i et eget AS som har fått navnet Bleporten Fritidskjøtt AS, forteller Jarle Storaas.

Fra to til tolv årsverk

Med så mange jern i ilden er man avhengig av god hjelp, og det har de på Storaas Gjestegård. Fra å starte med "to tomme hender og en mann", som Dea Haug Storaas en gang sa, teller bedriften nå 12 årsverk.

– I tillegg leier vi inn ekstrahjelp ved større arrangementer, vi kjøper tjenester av lokale bedrifter og vi kjøper råvarer fra lokale matprodusenter, så ringvirkningene av driften går langt utover de 12 årsverkene, sier Jarle Storaas. Han kommer ikke utenom resepsjonisten når han forteller om de serviceinnstilte medarbeiderne sine.

– Resepsjonisten vår, Grete Bakken, er helt fenomenal og hører til på nabogården. Hun ordner nesten alt og har service i blodet, hvilket er helt nødvendig på et lite sted som dette, sier Jarle Storaas og tilføyer: - Dette er holdninger enkelte i byråkratiet har mye å lære av.

Utfordrende byråkrati

– Vi hadde mange runder med byråkrater på ulike nivåer de første to årene her på Storaas. Det er ikke bare lett å etablere seg på bygdene. Hvis jeg skal gi ett råd til de som jobber med regional planlegging og bedriftsrådgivning, så er det: –Ta vare på gløden og initiativet hos folk. Folk med idéer trenger oppbacking, sier Jarle Storaas og tilføyer: - Alle er enige i dette, men likevel får man det ikke helt til.

Selv har han brakt temaet inn i Innovasjon Norges ARENA-program for landbruksbasert reiseliv, som han er satt til å lede. Man kan undres på hvor mannen får energien fra, og om han ikke har mer enn nok med driften på Storaas og familien som teller seks.

Jarle Storaas innrømmer at det går i ett, og at arbeidsdagen fort kommer opp i 12-14 timer, men jobben er givende og de er flinke til å dra på hyggelige ferier.

– I sommer blir det fire ukers ferie. Først seiltur i Lofoten med fembøring, og deretter tre uker med padling på tvers av Sverige. Men selv om det er mulig å slå av mobilen, erkjenner jeg at det ikke er så lett å skru av kreativiteten. Ikke sjelden fører ferier med seg nye idéer til videre satsing, avslutter Jarle Storaas.

www.storaas.no



↑ Jarle Storaas ønsker velkommen til Storaas Gjestegård.

^ Storaas Gjestegård består av to tun. Et nytt med hovedhus, drengstue og stabbur. I tillegg finnes et tun av hus fra 1700- og 1800-tallet.



Ungdomsbedrifter med trivsel og arbeidsglede

I Østfold har entreprenørskap stått på timeplanen i mange år, og Ungt Entreprenørskap Østfold har jobbet aktivt for å videreutvikle satsingen. Ett viktig resultat er innføringen av et inkluderende arbeidsliv (IA) i ungdomsbedriftene.

TEKST: SCRITTO, HILDE BRINGSLI FOTO: UNGT ENTREPRENØRSKAP ØSTFOLD

I 2005, som det første fylket i landet, innførte Ungt Entreprenørskap Østfold (UE) i samarbeid med NHO Østfold og Trygdeetaten i Østfold prosjektet "Inkluderende arbeidsliv og ungdomsbedrift". Et prosjekt med mange gode formål som viser seg å gi resultater.

– Å sette søkelyset på trivsel, motivasjon, arbeidsglede og redusert fravær, er viktig når man er ung. Det er mens man er ung holdninger skapes. Det at ungdom lærer og praktiserer IA mens de er i skolen, tror vi vil føre til mer arbeidsglede den dagen de skal ut i arbeidslivet for alvor, sier daglig leder i UE Østfold, Christer Engstrøm.

Reduserer fraværet

IA i ungdomsbedriftene fungerer på samme måte som for det ordinære næringslivet. Målet er å gi plass til alle som kan og vil arbeide, og redusere fraværet ved hjelp av god tilrettelegging på arbeidsplassen. Det settes også fokus på viktigheten av trivsel og arbeidsglede i ungdomsbedriften. Selve IA-avtalen som undertegnes av ungdomsbedriften og trygdeetaten, er tilnærmet lik de ordinære avtalene, men i stedet for å føre sykefravær og egenmeldinger fører elevene bare rent fravær.

– I praksis innebærer prosjektet at hvis en elev uteblir fra ungdomsbedriften, ringer den ansvarlige IA-kontakten hjem til vedkommende for å høre hvordan det går, og diskuterer muligheten for å tilpasse skolehverdagen. Dette oppleves som svært positivt og resultater kommer i form av redusert skolefravær og bedre trivsel på skolen, sier Engstrøm og viser til et par eksempler.

Bedriften "Kokketørene UB" fra Mysen videregående har arbeidet mye med klasse-miljøet. De fremhever at samholdet innad i bedriften og klassen er blitt utrolig sterkt, noe som igjen har ført til mindre fravær og bedre ytelse fra hos den enkelte. Årets beste ungdomsbedrift, "Look and See UB" fra Askim videregående, har redusert fraværet sitt med 60 prosent etter at de startet arbeidet med ungdomsbedriften.

Konkurranse – beste IA-bedrift

For å sette ekstra trykk på og øke motivasjonen for IA-arbeidet har UE Østfold utlyst en fylkeskonkurranse. Prisen skal stimulere ungdomsbedriftene til å skape et godt og inkluderende arbeidsmiljø.

"Thumbs Up UB fra Moss" tilbyr en egen-designet lue, som passer like godt til både gutter og jenter, og til alle hodestørrelser. Mottoet til ungdomsbedriften er: Tenk varmt, hodet ditt fortjener det. Ungdomsbedriften ble kåret til årets IA-ungdomsbedrift.

– Dette gjør vi når vi føler at stemningen i bedriften blir amper og negativ: klapper i hendene, tar oss på nesen og hopper opp og ned. Dette får oss til å le og stemningen blir positiv. Vi får også mer motivasjon til å gjøre noe. Vi er ekstremt flinke til å gi positive tilbakemeldinger og konstruktiv kritikk. Positive tilbakemeldinger vil motivere og kritikk vil gjøre utførelsen enda bedre. Denne holdningen har vært med på å styrke oss som en ungdomsbedrift med suksess, mener de åtte mossejentene som snart reiser til Ungarn for å delta på ungdomsbedriftsmessen Szeged Bridge fair.

Informasjonsmaterieill

For å lette arbeidet med, og øke kvaliteten på IA-arbeidet, har UE utarbeidet undervisningsmaterieill.

– Vi har utarbeidet et undervisningshefte som på en pedagogisk måte viser hvordan skolebedriftene kan bli IA-sertifiserte. Dette heftet er lagt ut på internett og er tilgjengelig for alle som ønsker å bruke det. Det er også heftet "Ungdomsbedrift – mentor og coaching" rettet mot næringslivet og de som skal være mentorer for ungdomsbedriftene, avslutter Engstrøm som omtaler arbeidet med ungdomsbedrifter som en enorm suksess og et prosjekt som skaper engasjement hos alle.



Thumbs Up UB fra Moss vant IA-prisen for 2005.

Duggfriske norgesmestere

Norgesmesterskapet for ungdomsbedrifter gikk av stabelen 28. og 29. april i år. Av totalt ca. 1800 registrerte ungdomsbedrifter i Norge, hadde 80 ungdomsbedrifter kvalifisert seg til deltakelse på Nasjonal Messe. Den gjeveste prisen "Årets beste ungdomsbedrift" ble tildelt "Look & See UB" fra Askim videregående skole i Østfold.

– Det er andre gangen elever fra Askim kåres til norgesmestere i ungdomsbedrifter. Totalt har UE Østfold stukket av med 6 av 10 norgesmestertitler, forteller Engstrøm stolt.

Serviett som motvirker dugg

Med en serviett som motvirker dugg på speil, gikk de fem unge gründerne i Look &

See til topps i klassen "Beste ungdomsbedrift". De stakk også av med seieren for beste brosjyre. Foruten en pengepremie venter nå en tur til Europamesterskapet i Sveits i august.

– Det var veldig morsomt å vinne. Det er en stor konkurranse. Vi trodde ikke vi skulle bli årets beste ungdomsbedrift, sier sekretær og personalansvarlig Anne-Marthe Skjelle. Hun og de fire andre i "Look & See" gleder seg til å dra til Europamesterskapet i Sveits, men innrømmer at de foreløpig verken kjenner til konkurrentene eller hvordan konkurransen vil bli lagt opp.

– Uansett regner vi med at det blir moro, sier en stolt norgesmester.



Look & see UB ble kåret til årets beste ungdomsbedrift.

FORENINGEN UNGT ENTREPRENØRSKAP (UE)

- Foreningen UE engasjerer elever og studenter over hele landet i elev-, ungdoms- og studentbedrifter.
- Arbeidet med entreprenørskap i skolen stimulerer elevenes kreativitet, lærevilje og skaperevne.
- Ungdommene skal selv komme fram til en forretningsidé, og ungdomsbedriften skal fungere som en vanlig bedrift. De skaffer kunder og selger et produkt eller en tjeneste.
- Ungdomsbedriftene knytter kontakt med det private næringsliv blant annet gjennom en mentorordning.
- Ungdomsbedriftene deltar på nasjonale messer og mesterskap. De beste deltar i internasjonale mesterskap.
- Bedriften blir avviklet etter et år.

Jenter som vil styre skuta

Satsing på entreprenørskap i skolen brer stadig om seg. I dag har samtlige fylker ungdomsbedrifter. I Akershus har de utvidet satsingen med blant annet kurset "Jenter og ledelse".

TEKST OG FOTO: SCRITTO, HILDE BRINGSLI

For å få flere jenter til å bli gründere og øke andelen kvinnelige ledere og styremedlemmer i norsk næringsliv, startet Ungt entreprenørskap i samarbeid med Akershus fylkeskommune i 2002 et eget gründerkurs for jenter. Prosjektet ledes av Ungt Entreprenørskap (UE) i Akershus. Fra 2004 har Ungt Entreprenørskap i Østfold vært med som samarbeidspartner.

Populært kurs

"Jenter og ledelse" er nå inne i sitt fjerde år. Målgruppen for prosjektet er jenter i videregående skole som er med i ungdomsbedrifter. Kurset har blitt svært godt mottatt. Hvert kurs har plass til inntil 42 deltakere, og består av to samlinger fordelt på fire dager.

– Sentrale temaer som blir tatt opp er selvutvikling, ledelse, lederstil, lederrollen og nettverksbygging. Målet er å inspirere unge kvinner til å starte egen bedrift eller til å ta lederjobber etter endt utdanning, sier Petter Skotland som er leder i UE i Akershus og har ansvaret for gjennomføringen av kurset.

– Vi trekker inn eksterne kursholdere, fortrinnsvis kvinner, som selv har erfaring fra ledelse, gründervirksomhet og/eller styrearbeid. Det er viktig at jentene får kvinnelige rollemodeller, sier Petter og legger til:

– Vi har fått med oss representanter fra kvinnenettverkene i Akershus. Disse har stilt med foredragsholdere og åpnet opp for at jentene i ungdomsbedriftene kan knytte seg til nettverket.

Ville være med!

En som absolutt ville være med da tilbudet kom første gang, var Anette Lie som gikk på

Drømtorp videregående i Ski. For henne spilte det ingen rolle at hun måtte bruke de tre første dagene av sommerferien til å "sitte på skolebenken".

– Jeg satt og krysset fingrene for at bedriftslederen vår ikke skulle bli oppmerksom på tilbudet, for jeg hadde så innmari lyst til å bli med, minnes Anette. Selv var hun nestleder i bedriften Smartbag, som i 2002 ble kåret til årets mest innovative bedrift i fylkesmesterskapet for ungdomsbedrifter. Bedriftsidéen var en bag bestående av tre rom med atskilt plass for skolebøker, treningsutstyr og andre ting.

Utrolig spennende

Selv om Anette hadde store forventninger til kurset, ble de innfridd.

– Vi hadde det utrolig morsomt og lærerikt. Jeg husker fortsatt mange av oppgavene, ikke minst det som gikk på å bli bedre kjent med seg selv. Selvutvikling er viktig, og er det noe man virkelig lærer ved å drive ungdomsbedrift så er det nettopp det. Jeg har alltid vært sosial og utadvent, men jeg følte ikke at jeg var "helt på plass" på videregående. Stillingen som nestleder i ungdomsbedriften og kurset "Jenter og ledelse" fikk meg til å blomstre, sier Anette, som også er opptatt av at deltakelse gir tilgang på et nettverk som man kan dra nytte av senere. Noe hun selv allerede har erfart.

Viktigheten av nettverk

Da videregående var avsluttet, kom Petter Skotland med et tilbud Anette ikke kunne avslå. Ville hun jobbe for UE Akershus? Selvsagt ville hun det.

– I dag reiser jeg rundt på skoler og forteller om det å starte og drive ungdomsbedrift. Jeg holder foredrag på konferanser og messer og jeg gjør forefallent kontorarbeid, sier Anette som i tillegg har tatt på seg jobben med å lede UE Alumni i Akershus. Alumni er en datterorganisasjon til UE hvor formålet er å opprettholde og utvide nettverket til de tidligere ungdomsbedriftselevne. Dette skjer via samlinger, kurs og diverse arrangementer hvor deltakerne blant annet får møte næringslivstopper.

Melkevarmerens mor

Siste Alumnisamling ble arrangert i april. En av dem som deltok på samlingen var Line Blokhuis. Line går på Oppegård videregående, og er daglig leder i bedriften Hot Solutions. En bedrift som, i følge dem selv, har skapt et drømmeprodukt for babyforeldre.

– Med flaskevarmeren Therby kan man nå varme opp melken til barnet sitt hvor som helst og når som helst. Produktet vårt består av to varmeputer som aktiveres når Therby tas i bruk og en spesialutviklet folie som holder varmen inne, forteller Line, som nettopp har kommet tilbake fra Trade Fair messen i Kroatia. Her traff de 70 ungdomsbedrifter fra Europa. Det har skjedd mye den siste tiden. I mars vant de hele fem priser på fylkesmessen for UE bedrifter, og nylig var det innslag om dem på Dagsrevyen. Line er både stolt, glad og litt sliten, for det har også vært tentamen på skolen mellom alle disse begivenhetene.

Bevisstgjøring

Også Line har deltatt på "Jenter og ledelse" og hun er like fornøyd med kurset som Anette.

– Det er utrolig spennende og inspirerende å treffe kvinnelige gründere som har fått det til, og høre om veien fram mot målet. Dessuten lærer vi utrolig mye om oss selv på dette kurset og vi lærer å samarbeide, bli gode på salg osv. Gründerkurset og jobben som daglig leder i ungdomsbedriften har gitt mersmak, sier Line som ikke helt har planene klare for hva hun skal gjøre etter videregående. Men mer utdanning blir det trolig, og ingen bør bli forundret hvis den driftige damen blir gründer eller leder på sikt.

> Anette Lie (t.v.) og Line Bolkhuis har begge gått på "Jenter og ledelse". Et kurs de begge synes var kjempespennende og lærerikt.



Ænsless hæll ælle ændre

Det må være noe med Kapp Næringshage på Toten. I motsetning til de aller fleste vil de være "ænsless hæll ælle ændre", de holder hus i en nedlagt melkefabrikk fra 1800-tallet og tar stadig i mot studiebesøk.

TEKST OG FOTO: SCRITTO, HILDE BRINGSLI

– Kapp Næringshage er kanskje svaret på hva en næringshage skal være. Et spennende og dynamisk miljø for gründere med gode idéer. Dessuten har næringshagen klart å tiltrekke seg utflytta ungdom, sier nærings-sjef i Oppland fylkeskommune, Hjalmar Solbjør. Han er svært tilfreds med at fylkeskommunen har vært med i utviklingen av et så spennende miljø, men han er rask med å kreditere de øvrige aktørene som står bak etableringen.

– Vi har hatt en veldig fin samhandling med SIVA, lokale myndigheter og andre involverte aktører. Og så har næringshagen fått en utrolig dyktig daglig leder i Jon Nisja. Han er en mann som alltid ser muligheter, sier Solbjør.

Fornøyd "gartner"

Med sin historiske sjel og flotte beliggenhet ved Mjøsas breidd, har næringshagen blitt en blanding av kulturell myldreplass og kreativ næringsvirksomhet. Og "gartneren" som er satt til å stelle hagen er svært fornøyd med vekstforholdene. Det spirer og gror, ikke noe tvil om det.

– Det var helt tydelig et behov for en næringshage i vårt område. Vi startet med ca. 550 m² i 2004. I dag disponerer vi 1550 m² inkludert Designhuset. Det er 28 virksomheter og ca. 45 personer i næringshagen, sier Nisja fornøyd.

Mer enn samlokalisering

Kapp Næringshage tilbyr en infrastruktur som blant annet består av kontorplass, bredbånd, kontorutstyr, møterom og en rekke

andre fellestjenester. Men næringshagens rolle går langt utover dette.

– Næringshagen er en del av det regionale innovasjonssystemet, og en viktig aktør i arbeidet med regional næringsutvikling og verdiskaping, sier Nisja og legger til: – Vi har vært opptatt av å få inn virksomheter som har glede av hverandre. Dette kan dreie seg om felles oppdrag eller ved at bedrifter sammen genererer noe nytt. Sistnevnte har skjedd ved to anledninger.

Ny bedriftsidé over matpakka

I april 2006 ble Vitari Innlandet etablert. Bak etableringen står 12 leietakere i næringshagen, og idéen til selskapet ble klekket ut i felleslunsjen. Vitari Innlandet er et ledende kompetansemiljø på produkter fra Visma. Forretningsidéen er å levere IT-løsninger med høy nytteverdi og lønnsomhet til små og mellomstore bedrifter, sier Vidar Bakke i Vitari. Før han kom til Toten bodde han sammen med kone og barn i Oslo, men en dag kunne kona fortelle at hun hadde funnet verdens flotteste småbruk – og det lå altså på Toten! For å gjøre en lang historie kort, Vidar ble lokket til Starum og senere Kapp næringshage.

Designhuset

Det har skjedd mye på Kapp det siste året.

– Noe av det 2005 vil bli husket best for er etableringen av Designhuset som huser M8 Design og K8 Industridesign AS. Designhuset representerer det første og det eneste komplette designmiljøet mellom "Oslo og Trondheim", og bistår i dag virksomheter i

hele innlandet med blant annet produkt-design og grafisk profilering, sier Nisja og utdyper: – Det betyr mye for næringshagen å ha et designcenter, men at det betyr enda mer for de lokale bedriftene og industrien i innlandet. Designhuset/næringshagen er nå Raufoss-miljøets faste samarbeidspartner innen industridesign. Et samarbeid som betyr mye for begge parter.

Fornøyde leietakere

Resultater kommer ikke av seg selv, heller ikke for Kapp Næringshage. Men som for de fleste gir hardt arbeid resultater. Nisja kan med stolthet fortelle at en brukerundersøkelse fra 2005 viser at hele 90 % av de spurte er svært godt fornøyd med næringshagen.

En av dem er Live Hokstad som driver Hokstad Analyse og Matgleder. Hokstad er eksemplet på at utflytta ungdom vender tilbake til hjemstedet.

– Etter studier i Bergen og Trondheim og seks år i Oslo, ønsket jeg å flytte hjemover. I Oslo hadde jeg ikke råd til leilighet, nå bygger jeg hus her på Kapp. Jeg er glad i naturen, glad i å være ute. Her får jeg tilfredsstilt behovet. Samtidig er det en fordel at det er kort vei til Oslo som jeg stadig reiser til i forbindelse med jobboppdrag, sier Hokstad.

Hokstads bedrift er allsidig. Med jobberfaring som markedsanalytiker i Opplysningskontoret for kjøtt, driver hun med både konsulent- og rådgivningstjenester innen området mat- og landbruksprodukter, profilering av lokale matvarer, samt cateringvirksomhet. Sistnevnte har næringshagefolket fått nytte godt av, bokstavelig talt. Det er Hokstad

som ordner spennende matretter når viktige møter og arrangementer står på agendaen. Om næringshagens betydning sier Hokstad:

– Jeg hadde ikke drevet egen virksomhet i dag, hvis det ikke hadde vært for næringshagen. Næringshagen, det faglige og sosiale, betyr alt for meg. Når jeg kommer til næringshagen er det som å komme på jobb – komme til kollegaer. Terskelen for å stikke innom hverandre for å få råd eller bare slå av en prat er lav, avslutter Hokstad.

▲ – Det var helt tydelig et behov for en næringshage i vårt område. Vi startet med ca. 550 m² i 2004. I dag disponerer vi 1550 m² sier Jon Nisja.

↑ Felleslunsjen i næringshagen er populær.

7 Liv Hokstad trives kjemp godt i næringshagen.



KAPP NÆRINGSHAGE

- Kapp næringshage er et miljø som legger til rette for utvikling og drift av små og mellomstore kunnskapsintensive virksomheter innen ulike bransjer.
- Tilbudet til bedriftene består av kontorplass, tilgang på fellestjenester, IT-løsninger, samt et faglig og sosialt fellesskap som fremmer læring, utvikling og kreativitet.
- Næringshagen tilbyr også tilknytningsavtaler. Det vil si at folk kan tegne medlemskap som blant annet gir dem tilgang til næringshagens infrastruktur og fellestjenester, samt de aktiviteter som til enhver tid arrangeres.
- Kapp Næringshage har et nært samarbeid med blant annet kunnskapsparkene på Lillehammer og Gjøvik, innovasjonsmiljøet Raufoss Technology & Industrial Management AS på Raufoss, SIVA, Norges Forskningsråd, Designrådet og Innovasjon Norge.

Lucky Næroset sprer glede og inspirasjon

De fantasifulle og initiativrike innbyggerne i Lucky Næroset i Ringsaker på Hedmark, sjarmerer seg langt inn i sjelen på de som opplever dem. Det siste nye er "InnoBygd; en rikskomframse for bygdekraft". De storkoser seg når de kan få vri og vrenge på ord; komframse sier kanskje mer enn konferanse?

TEKST: ODDRUN MIDTBØ FOTO: LUCKY NÆROSET

"Du står nå i bygda som vil en annen vei. Bygda som ikke lenger ville sutre, surve og syte, men heller lete etter muligheter. Bygda som ble en egen fristat, i håp og tro om at begeistring får flere til å delta, flere til å bli og flere til å komme," står det på hjemmesidene til Lucky Næroset.

Kort vei fra fantasi til handling

Det hele startet som en reaksjon på trusler om nedleggning av barneskolen i bygda og som en motaksjon mot Fucking Åmål. Den svenske filmen satte søkelys på hvor dønn kjedelig det var å vokse opp på bygda. Hans Christian Medlien og gode venner gikk til krig med humor som våpen. De erklærte bygda som en egen fristat og fikk sin egen regjering med blant annet Medlien som fantasiminister.

– Det skal være kort vei fra fantasi til virkelighet i Lucky Næroset. Vi skal kunne lansere de vildeste idéer og tanker, uten å bli sett på som verken tullinger eller urealistiske drømmere. Det er fra frie, ville tanker de mest spennende ideer og prosjekter oppstår, sier fantasiministeren som også har arbeidsoppgaver som "pressepusher". I "De utenkte tankers tårn" sørger ministeren for å få fram utenkte tanker. Det har resultert i mange humoristiske påfunn som har fått stor nasjonal og internasjonal oppmerksomhet. Den lille grenda i Ringsaker har klart å skape begeistring hos seg selv, og ikke minst hos næringslivsfolk, politikere og andre bygdefolk. De driver utstrakt seminarvirksomhet for alle som trenger et positivt spark bak.

Seriøs galskap

– InnoBygd skal være den viktigste nasjonale samlingen for levende, pulserende bygder og lokalsamfunn. "Komframsen" har en ramme og et innhold basert på kjerneverdier til Lucky Næroset: Fantasi, humor, galskap og mot, sier konferanseoberst Ellen Krageberg.

Selv om det er mye humor og galskap, skal ikke InnoBygd-konferansen bare være det. Konferansen om tiltak og skaperkraft i Bygde-Norge, har seriøse bidragsyttere som Reidar Almås fra Senter for Bygdeforskning, Innovasjonsprofessor ved NTNU Sjur Dagestad, en representant fra Østlandsforskning og humorbonden Geir Styve på programmet.

Lucky Næroset lokker med røde løpere for å nå målet om nærmere 200 deltakere til konferansen. De ønsker at alle fylker i landet skal være representert. Ett av særpregene til disse humorfylte menneskene er at de leker med ord. Den røde løper er ikke det folk ser for seg; et langt rødt tøyestykke folk kan trække på, men en konkret løper kledd i rødt.

Til å bli i godt humør av

En liten svipptur innom hjemmesidene til Lucky Næroset gjør godt for humøret.

I sammenheng med konferanser, teambygging og seminar tilbyr de forskjellige aktiviteter som gråsteinkosing, maursafari, stubbestussing og meitemarklytting på den Jordiske Freds Plass. De har planer om å utvide aktivitetene til også å gjelde konglegolf, grushaugsparking, stolpelening og skydottstudie.

Lucky luft er blitt tappet på flasker og brukt til å blåse liv i de norske håndballgutta i et EM-mesterskap i Sveits. De har lansert og formelt åpnet landets første underjordiske flyplass -unairport og åpnet Norsk juletre-museum for datosvake juletrær i gamlemølla. Dette museet måtte nylig stenges på grunn av stor brannfare, men Lucky Næroset regjeringen gir seg ikke så lett. Museet blir nå bygget helt om, barnålene blir lagret på sædbeholdere donert av GENO og museet gjenoppstår i en helt annen, mer digitalisert form. De har også en stor skiltaksjon gående, der målet er å sette opp 100 skilt over hele verden som viser retningen til Lucky Næroset. De første 10 har informasjon om ledige tomter på baksida, de resterende 45 skiltene har "Fantasiens fristed" på baksida. Nå er de kommet over halvveis til målet; 55 skilt er plassert i alle verdensdeler. Det er ingen grenser for hva de kan finne på, og målet er mest mulig moro for minst mulig penger.

Egen regjering

De er selvforsynte med egen regjering. I tillegg til fantasiminister, har de blant annet verdensminister som skal fremme skiltoppmerksomheten om Lucky Næroset og en helseminister som har intensjon om å hilse alle nyinnflyttere velkomne og informere om Lucky Næroset, i tillegg til å dele ut "Næ-rose" og "Lucky piller".

– I april hadde bygda besøk av en delegasjon på åtte barn og tre voksne fra Rolvsøya i Finnmark. De kom for å studere Lucky Næroset, og ønsket å bli adoptert av oss, for-

teller Medlien entusiastisk. Bygda har også et skoleprosjekt i Sierra Leone; Lucky School med plass til 200 elever.

– Skolen er bygget i samarbeid med Plan i 2005 og er desidert det største og viktigste vi har gjort, sier Medlien. Han er glad for at han kan vise til en økning i folketallet i hjembygda med 20 personer; det var 1170 i 1999, nå er det 1190. Målet er 1234.

– Det går absolutt rett vei. Vi har skapt 11 arbeidsplasser, mye aktivitet, og har fått næringsdrivende og foreningslivet med på arbeidet. Etter sju års jobbing tyder alt på at vi skal få til et eget boligfelt for de som vil bygge hus i området – og skolen er den skolen i Ringsaker med desidert flest nye elever til høsten.

↑ Lucky Næroset har et skoleprosjekt i Sierra Leone sammen med organisasjonen Plan.

→ Den Røde Løper, i Geir Holtes skikkelse, blir filmet av TV2.



Vekst rundt en gammel jukeboks

Det startet med en aksjon for å få en bensinpumpe tilbake til Atna, en bygd med 300 innbyggere i Stor-Elvdal kommune i Østerdalen. Neste skritt ble ny drift i den nedlagte Glopheim kafé, uberørt av modernisering siden 1950-tallet. Med toppartister på kulturkveldene har folk måttet finne sitteplass på flipperspillet og jukeboksen, og kaféen er blitt et kultsted.

TEKST: ASBJØRN LANGMYR. FOTO: ASBJØRN LANGMYR OG GLOPHEIM KAFE

Nå står knoppskytingen Atna Bryggeri klar til å levere øl – ikke bare til kaféen, men til hele landet gjennom Vinmonopolet og distribusjonsselskapet Vectura. Se ikke bort fra at det neste er at Atna får sitt eget maltwhisky-distilleri!

Lagde tiltaksliste

Da folk i Atna innså at de ikke ville få mye hjelp utenfra, verken fra kommunen eller Kjell Inge Røkke, etablerte de Atna Utvikling og lagde en liste over hva som måtte og kunne gjøres for bygda. Øverst på den listen sto altså bensinpumpe. Det ble etablert et eget aksjeselskap for saken, og så å si alle, inkludert gamle enker som bare bruker sparkstøtting og gåstol som fremkomstmidde, tegnet aksjer. Så kom Glopheim kafé på salg. Mange var interessert, men alle unntatt den lokale stiftelsen som ble etablert, trakk seg da det viste seg at den gamle kaféen sto på Riksantikvarens verneliste.

– Ingen visste det, heller ikke vi, men for oss var det jo helt supert. Vi ville ha kaféen akkurat som den alltid hadde vært, og i dag er den jo et levende museum, sier ildsjelen Sverre Oskar Øverby. I vinteråret er kaféen åpen bare på lørdager og da er det stort sett lokalbefolkningen som kommer. Men i sommerhalvåret er den åpen alle dager, og det blir stadig flere veifarende og turister som svinger av riksvei 3 mot Glopheim. Fortsatt er dugnadsånden sterk rundt kafédriften, men i tillegg er det nå etablert et eget driftsselskap som sørger for profesjonell drift.

Kultstedet

Da en Osломann med hytte i distriktet ytret frampå om å kjøpe alt inventaret i kaféen og flytte det til Oslo, tenkte ildsjelene at det er bedre å trekke folk fra Oslo til Atna. Det ble starten på en serie konserter, med artister som Arild Andersen, Anne Grete Preus, Alf Cranner, Magni Wenzel, Frode Alnæs, Lars Klevstrand og en rekke andre fra inn- og utland, ofte med Knut Borge som konferansier.

– Jeg tør trygt si det er en meget spesiell stemning i den gamle kaféen på disse kveldene. Her om dagen sendte Per Husby meg et bilde av seg selv fra Roma, iført T-skjorte fra Glopheim, med teksten; "Reklamekampanjen fortsetter". For oss på Atna har det dessuten vært av uvurderlig nytte at tegneren Morten M, han med de morsomme tegningene på VGs siste side, har hus på Skjerdings og derfor har Atna i sitt hjerte. Hans nettverk, ikke minst blant musikere og kunstnere i Oslo, har gjort Glopheim til et kultsted. Ganske mange av dem har også blitt aksjeeiere i bryggeriet.

Fra flatbrødfabrikk til ølbryggeri

Det er absolutt ingen ting som taler for at Atna skulle få et mikrobryggeri. På et julebord i Atna i 2003 deltok banksjefen i Sparebanken Hedmarks Rena-kontor. Han satt med et konkursbo etter at lokale ølbryggingsentusiaster mislyktes på Rena.

– Vi hadde tomme lokaler etter en nedlagt flatbrødfabrikk, så vi dro til Rena for å se på anlegget – og ble skremt. Det eneste vi kunne om øl var å vippe av korken. Men en dag satte en gjest igjen et par flasker øl fra

Grimstad-bryggeriet Nøgne Ø på Glopheim og foreslo at vi skulle selge dette ølet, som jo er blitt svært anerkjent i Norge. For å gjøre en lang historie kort; vi kjøpte bryggerianlegget for 350.000 kroner, og både Wiig og tusenkunstneren Roger Evensen, som var med på å bygge opp Nøgne Ø, kom til Atna og bygde opp vårt bryggeri. Siden har vi skrudd og snekret i halvannet år. Men nå er vi i gang, og distribusjonen er sikret før vi er kommet i salg! I sommer kommer sterkøltypene i Vinmonopolets hyller. Så dette tegner faktisk til å bli suksess.

Nettverksbygging og kreativitet

Plakater og etiketter på Atna Bryggeris produkter vitner om at Atna-gjengen har det moro. Ølhunden som pryder flaskene likner mistenkelig på en ulv, og etikettene på Mopedølet og de andre øltypene er i umiskjennelig Morten M-stil.

– Jeg grudde meg til papirarbeidet, forteller Øverby og tilføyer: – Og jeg fikk litt hjerterklapp da en saksbehandler i Mattilsynet en gang svarte meg at "vi er ikke konsulenter, vi er kontrollører". Men dette var et unntak. Papirmølla har gått overraskende bra. Vi er blitt møtt av hyggelige og imøtekommende mennesker hele veien. Vi har fått tillit.

"Atnamodellen"

Nå har ildsjelene på Atna satt i gang et prosjekt om å implementere "Atnamodellen" i nabokommuner i Nord-Østerdal. Sverre Oskar Øverby er riktignok en drivkraft i det som har skjedd, noe han fikk Stor-Elvdal kommunes tiltakspris for i fjor, men han er



nøye med å slå fast at utviklingsarbeid handler om systemer, om nettverksbygging, at grendefolket løfter i flokk og at noen utenfra ser med et eksternt og kreativt blikk på hvilke ressurser og muligheter bygda har.

– Alle kommuner har ei bygd som trenger "rehabilitering", og vi tror at vi har noe å lære bort til andre kommuner. Så derfor har vi tatt initiativ til å spre "Atnamodellen", som et eget prosjekt. Hedmark fylkeskommune og sju kommuner er med. Og når ballen først begynner å rulle, da aner man ikke hva som kan skje. Her på Atna har en privat skogeier en flystripe som ikke er i bruk. Vi ser ikke bort fra at vi innleder et samarbeid med konsertansvarlige i Oslo Spektrum, flyr internasjonale toppartister opp hit og lar dem underholde på Glopheim. Hvis de reagerer på samme måte som de norske artistene, vil de være meget stolte over å ha opptrådt her, sier Sverre Oskar Øverby.

7 Glopheim kafé er blitt et kultsted. Alt er slik det var opprinnelig på 50-tallet, forteller innehaver Sverre Oskar Øverby.



Flytt hit!

Gull inngår ikke i løftene til dem som flytter til Nord-Østerdal og Rørosregionen. Til gjengjeld loves det grønne skoger og hvite vidder. Samt flotte oppvekstvilkår for unger, kulturelt aktive bygdesamfunn og huskostnader som gir folk anledning til å leve i tillegg til å bo.

TEKST OG FOTO: OLA RYE

De åtte kommunene som utgjør den såkalte Fjellregionen har lenge innsett at politisk hovedutfordring nummer én er å opprettholde eller, aller helst, øke folketallet. Og det er denne felles bekymringen for lave fødselstall og utflytting som utløste en egen og kreativ kampanje for å snu flyttestrømmen til regionen. Navnet på kampanjen, "Flytt hit", ble raskt kjent gjennom store og positive oppslag i både lokale og riksdekkende media høsten 2005.

– Vi ser allerede konkrete resultater. Som en direkte følge av dette prosjektet har vi fått 15 nye familier til regionen, og omtrent like mange er på vei. Dette har vi oppnådd på bare fem måneder. Jeg tror noe av suksessen skyldes at vi har valgt å fokusere mye på livskvalitet. Rett og slett forsøke å appellere til folks følelser om hva som er det gode liv. I tillegg har vi vært heldige eller dyktige til i å få fram dette budskapet gjennom tunge media, sier regionsrådgiver Olov Grøtting. Hun innrømmer at samarbeidet om Flytt hit ikke skjedde over natten, og at det ligger ca to års arbeid bak for å få til dette kommuneoverskridende samarbeidet.

Unge familier

I forbindelse med Flytt hit - prosjektet har kommunene vært selektive med hensyn til målgruppe, og satset på unge barnefamilier. Hvorfor?

– Ja, med svært lave fødselstall, er det kun én måte å reparere en skjev befolknings sammensetning på, og det er ved tilflytting av unge folk. Derfor valgte vi å rette arbeid og innsats mot én spesiell gruppe. Det betyr imidlertid ikke at vi ikke ønsker andre folk og

grupper velkommen til våre kommuner, sier Grøtting.

I fjor høst fikk alle førsteklasseforeldre i Oslo og omkringliggende kommuner informasjonsbrev om det gode liv i Fjellregionen. Brevene inneholdt også invitasjon til å komme til Oslo Plaza en helg i november for å treffe spydspissene i kampanjen, samt til flyttingsvertene i hver kommune. Responsen var formidabel. Over 200 personer /familier valgte å registrere seg som interesserte.

– Lysten til å flytte på seg er der. Nå er det først og fremst jobber det står på. Det som er ekstra gledelig, er at vi fortsatt får jevne drypp av henvendelser, mange måneder etter den verste mediestormen, sier Olov Grøtting.

Fra Lofoten til Os

En av de aller første som nappet på kampanjen var en familie på fem fra Stamsund i Lofoten. De gikk svangre med flytteplaner sørover, først og fremst for å komme nærmere slekt og venner, da de oppdaget et stort oppslag om Fjellregionen i Dagbladet.

– Hadde det ikke vært for denne avisartikelen som gjorde oss kjent med denne regionens muligheter, hadde vi sannsynligvis vært bosatt på Sørlandet eller i det sentrale Østlandsområdet i dag, sier ekteparet Tommy og Siv Sandberg.

Etter avisoppslaget i november gikk alt raskt. De satte seg i forbindelse med regionsrådet som formidlet videre kontakt til Os kommune.

– Både i regionsrådet og Os kommune ble vi møtt med åpne armer. I Os var det ledig stilling som kontoransvarlig innen et bygge-

varefirma. Jeg ble innkalt til intervju i begynnelsen av desember, fikk raskt positivt svar, og i slutten av januar var vi på plass her i kommunen. Foreløpig i leid hus, forteller Tommy Sandberg.

Eneste lille problem var flytting midt i et skoleår for de to eldste guttene, Andre (13) og Simon (10), men også dette har gått bra. – Med interesse for fotball, går det fort å skaffe seg nye venner, påpeker de to.

Mor Siv (32) er foreløpig jobbsøker, men regner med at det ordner seg før minstemann Kevin på seks skal begynne på skolen til høsten.

Positiv profilering

Forsker ved Norsk Institutt for by- og regionforskning, Kjetil Sørli, antydte før kampanjen kom i gang for alvor, at den største flyttestrømmen vil komme regionsenterkommunene Tynset og Røros til gode.

– Det har vist seg å stemme, selv om det har kommet eller er nye folk på tur til samtlige av de åtte kommunene som er med. Uansett har denne kampanjen virket positivt på regionsamarbeidet. Alle har innsett at regionen tjener på tilflytting, uansett hvilken kommune våre nye innbyggere måtte velge. En tankegang som er i ferd med å gjøre oss til en foregangsregion i samstemt og positiv profilering. Og Flytt hit har nærmest blitt en del av dagligtalen, sier Olov Grøtting.

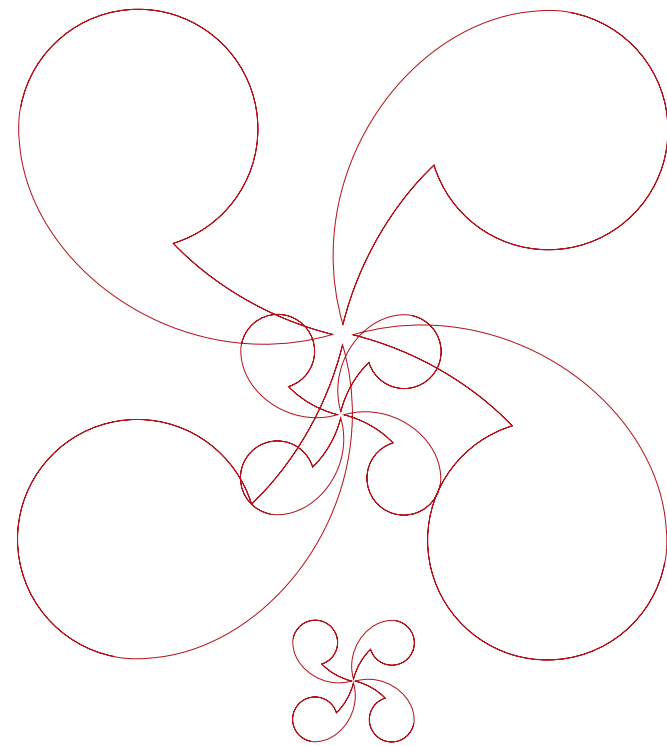
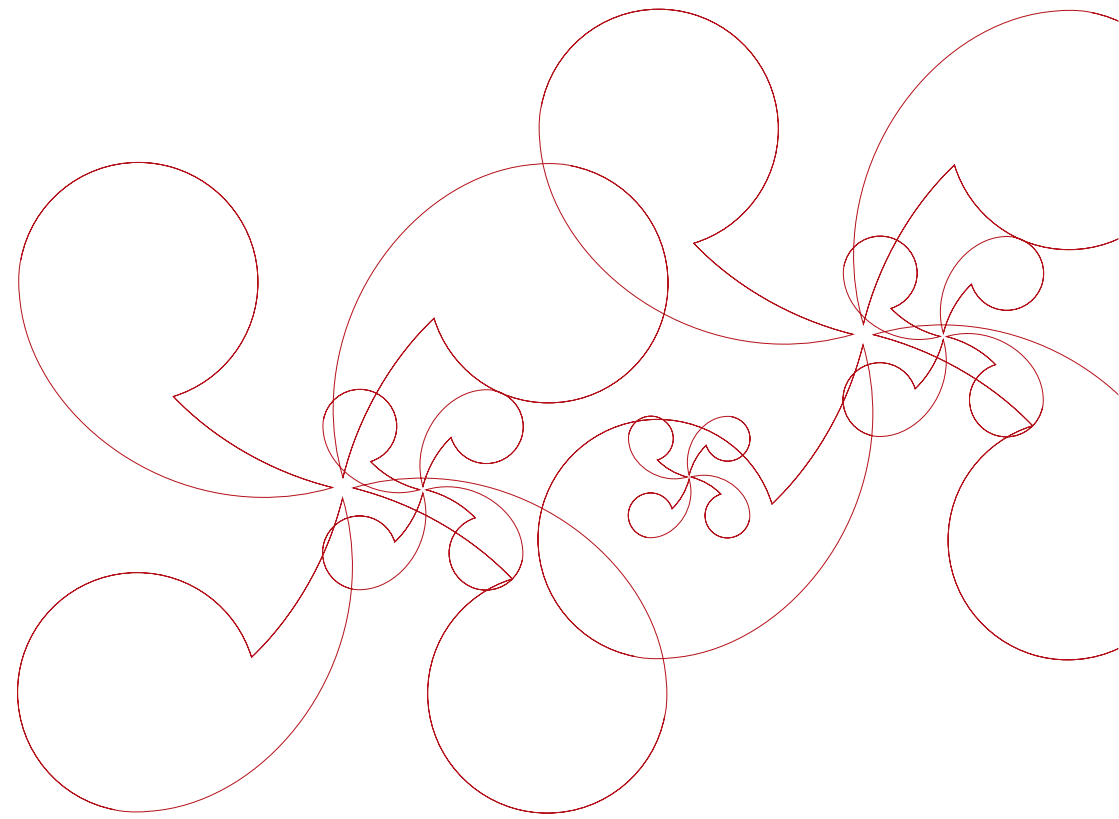


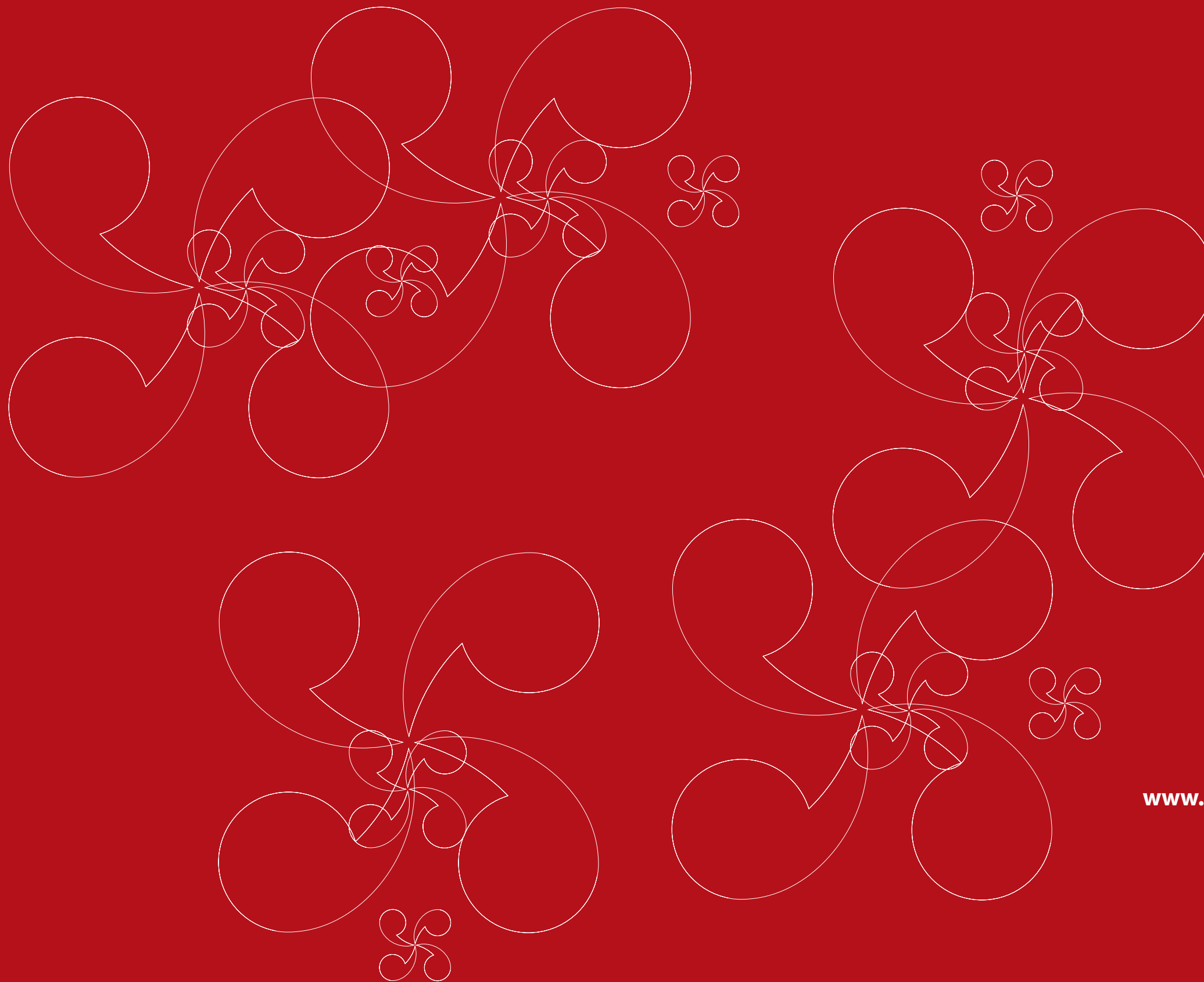
▲ – Flytt hit-kampanjen har hatt positive effekter på mange områder. En sak er at vi har rekruttert nye familier, men også "indremedisinsk" har den hatt store pluseffekter, sier regionsrådgiver Olov Grøtting.

> Familien Sandberg trives med stabil vinter og de mulighetene det gir for aktiv uteliv. Sparkstøtting er en selvfølge, både til trim og hyggeturer.

FJELLREGIONEN

• De åtte kommunene som er med i tilflyttingsprosjektet er Holtålen og Røros i Sør-Trøndelag og Os, Tolga, Tynset, Alvdal, Folldal og Rendalen i Hedmark. Befolkningen i den enkelte kommune varierer fra drøyt 1700 til knapt 6000 innbyggere. Samlet har disse kommunene et folketall på drøyt 23000. Samarbeidet i regionsrådet går blant annet på næringsutvikling, infrastruktur og kompetanseheving. To vinnere blir spesielt trukket fram som direkte følge av samarbeidet: Bevaring av Rørosbanen og etablering av desentralisert høyskoleutdanning i regionen.





www.regionalpolitikk.no