

# Merkevareprosjektet i Rauma

*Vi skal bli verdens beste kommune for naturglade mennesker!*



Rauma næringslag  
Rauma kommune  
Nordveggen AS

*"Det er ikke på grunn av at ting er vanskelig at vi ikke tør,  
det er på grunn av at vi ikke tør at ting er vanskelig"*

Ukjent

## **Innledning/sammendrag:**

Merkevareprosjektet i Rauma er summen av en serie med gruppemøter, folkemøter, kommunestyremøter, intervjuer, spørreundersøkelser, diskusjoner og innspill som har blitt gjennomført i Rauma i løpet av andre halvår i 2005 og første halvår i 2006.

Målet har vært å danne seg en god oversikt om hva raumaværingene mener om sin egen kommune, om hva som er våre sterke og svake sider – og om hva som kan være våre muligheter i arbeidet med å styrke vår kommune som bo- og arbeidsområde.

Vi har møtt grupper av ungdommer, ressurspersoner fra lokalt kulturliv og lokale næringslivsledere, vi har besøkt alle ungdomsskolene i kommunen og elever ved Rauma videregående skole, vi har hatt diskusjoner og gruppearbeid i formannskap og kommunestyre.

Det har vært arrangert åpne møter på Åndalsnes kino og på Grand hotell, vi har møtt ressurspersoner fra lokale organisasjoner og foreninger, vi har møtt mennesker uformelt rundt kafebordene, vi har sendt ut spørreskjemaer til alle kommunens husstander og vi har hatt åpne folkemøter på Mittet, Åfarnes/Holmemstranda, Rødven, Eidsbygda, Torvika/Gjerdsetbygda, Isfjorden, Åndalsnes, Verma, Marstein, Innfjorden, Måndalen og Vågstranda.

Og målet med det hele har vært å gi raumaværingene en mulighet til å delta i prosessen, til å være med å meisle ut Raumas vegvalg og posisjon. For det handler nettopp om det å ta en posisjon, om å bli tydelig, om å tørre å ta et valg om hva vi skal satse mest på, om hva vi skal gjøre oss kjent som – og om stolthet, identitet, samarbeid og fellesskap. Det er dette merkevarebygging dreier seg om.

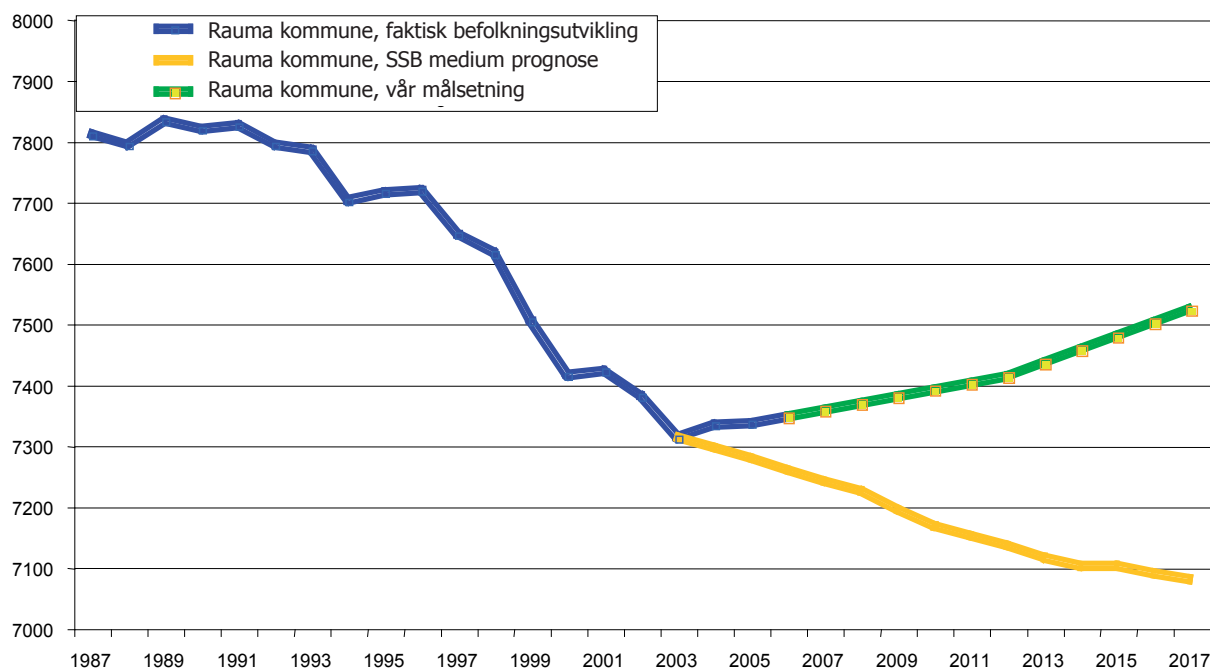
For lokalt næringsliv handler det om det som etter alle solemerker vil bli den største utfordringen for veldig mange lokale bedrifter i åra framover; kampen om arbeidskraft. Og for raumasamfunnet som helhet handler det om nødvendigheten av tilflytting og nye innbyggere, slik at vi får en fortsatt positiv folketallsutvikling, slik vi har hatt i 2003, 2004 og 2005.



## Utfordringer:

- Vi må stabilisere og øke bosettingen i Rauma gjennom å gjøre kommunen mer attraktiv som bo- og arbeidsområde.
- Vi må ta en tydeligere posisjon som bo- og arbeidsområde.
- Vi må skape økt aktivitet for å skape økt trivsel og utvidet tilbud av arbeidsplasser, varer og tjenester.
- Det er ikke godt nok samhold, samarbeid og kjennskap til hverandre mellom bygdene og mellom bygd og by i Rauma kommune.
- Vi må øke forståelsen for at Rauma er en del av bo- og arbeidsmarkedsregionen Romsdal, og arbeide for å styrke samarbeidet og kommunikasjonene i romsdalsregionen.

## Befolkningsutviklingen i Rauma kommune:



Figur: Reduksjon i folkemengden på ca. 500 personer, dvs. 6 prosent fra 1987-2006. Folketallsøkning på 37 personer fra 2003 til 2005, på grunn av økt innflytting.

## Målsetting:

Opprettholde vekst i folketallsutviklingen.  
Innen 2010 skal vi være 7400 innbyggere,  
og innen 2015 skal vi være 7500 innbyggere.



## Kritiske suksessfaktorer:

- Være attraktiv nok til å få kvalifisert arbeidskraft for kommune og næringsliv til å bosette seg i kommunen.
- Skape tett og godt samarbeid mellom kommunens politikere, administrasjon, næringsliv og frivillige lag/organisasjoner.
- Skape felles forståelse for visjon og strategi, og få raumaværingene til å få større tilhørighet til kommunen - i tillegg til egen bygd/by.
- Kommunale tjenester på høyde med det beste i Norge og som innbyggerne er fornøyde med.
- Gode tilbud til ungdommene, som bidrar til å bygge stolthet og til at de ønsker å vende tilbake etter endt utdanning.



## Styrker og svakheter:

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Styrker:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Nærhet til unik, variert og tilgjengelig natur.</li> <li>Variert og sterkt næringsliv, mindre sårbart for konjunkturer.</li> <li>Internasjonalt kjente turistattraksjoner</li> <li>Variert og aktivt lokalt kulturliv.</li> <li>Kommunikasjonsknutepunkt, nærhet til flyplass og tog. Lite kø.</li> <li>Trygt og oversiktlig.</li> <li>Kompetansemiljø innen utnyttelse av natur (jakt/fiske, friluftsliv, klatring, basehopping, naturforvaltning).</li> </ul>                                | <p><b>Svakheter:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Begrenset utvalg av kompetanse-arbeidsplasser, og litt for lang pendler-avstand til Molde og Ålesund.</li> <li>For lite samarbeid mellom bygder</li> <li>For lite imøtekommende og gjestfrie.</li> <li>Få møteplasser, svakt sentrumstilbud.</li> <li>For svakt ungdomstilbud.</li> </ul> |
| <p><b>Muligheter:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Sterkt ønske blant folk om et felles mål.</li> <li>Være tidlig ute og markere oss i forhold til at etikk og miljø blir viktigere for folks valg i framtida.</li> <li>Utnytte potensialet vi har innen naturbasert reiseliv og bruk av naturen som inspirasjon og motivasjon i kommune og næringsliv.</li> <li>Bli kjent som et sted med høy livskvalitet og naturglede. Møte den drømmen mange har om å bo vakkert til, det gode liv på landet - og ha tilgang på urbane tilbud.</li> </ul> | <p><b>Trusler:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Vi er på grensen folketallsmessig for å opprettholde tilbud av varer og tjenester.</li> <li>Vi er sårbare for fall i folketallet.</li> <li>For stor andel eldre i befolkninga, for få mellom 20 og 30 år.</li> <li>RVS kan forvitte.</li> </ul>                                             |

- I dag er vi for få innbyggere i Rauma til at det "svinger" skikkelig, og vi er sårbare for fall i folketallet. Vi er på grensen til å falle under kritisk mengde som er nødvendig for å opprettholde et variert nok tilbud av varer, tjenester og mangfold i typen arbeidsplasser som gjør Rauma attraktivt nok som bosted og arbeidssted i framtida.
- Det er et stort ubrukt potensial i Trollstigen, Raumabanen, Rødven Stavkirke, Rauma elv og romsdalsnaturen generelt som en mer aktiv møteplass der turister blir bedre kjent med Rauma, og i det å utvikle opplevelser og aktiviteter, gjerne i tilknytning til primærnæringene og lokalt kulturliv.
- Men ikke minst: At nytt og eksisterende næringsliv bedre utnytter de muligheter som ligger i å profilere seg eller bruke vår unike natur til inspirasjon og motivasjon, og som et konkurransefortrinn i kampen om ny arbeidskraft.





## Våre sterkeste fortrinn:

**Gjennom merkevareprosessen har vi gjort en relativt omfattende kartlegging av raumaværingenes egen oppfatning av kommunens sterke og svake sider. Dette er et sammendrag av hva som trekkes fram som våre sterkeste fortrinn:**

**1:** Kanskje ikke så overraskende er det nærhet til vakker natur som framheves som vårt sterkeste fortrinn, og de mulighetene dette gir for livskvalitet, naturglede og aktivt friluftsliv. Dette kommer tydelig fram i tilbakemeldingene både fra spørreundersøkelsene, intervjuene og folkemøtene.

Tilknytningen til naturen handler både om at den er der som en estetisk opplevelse, men også at raumanaturen er variert og tilgjengelig - og at den kan brukes! Og det gjelder også den sterke kompetansen som finnes i vårt område innen ulike former for naturbruk og friluftsliv.

**2:** Naturen trekkes også fram som vårt sterkeste fortrinn når det gjelder kjente attraksjoner med en nasjonal posisjon innen reiselivet; Trollstigen, Trollveggen og Raumabanen.

**3:** Som vårt tredje sterkeste fortrinn, trekkes det fram at Rauma har et sterkt og variert næringsliv – der mange av bedriftene er nasjonalt ledende innen sitt felt. Dette gjør oss mindre sårbare enn kommuner med ensidig næringsstruktur.



## NB:

- **Etter vår mening er det relativt tydelig at satsing på natur og bruken av natur, gjerne i en kopling med kultur, må være det sentrale elementet i byggingen av Raumas merkevare. Dette har forankring i befolkningen, og det er også i tråd med omgivelsenes oppfatning av Åndalsnes, Rauma og Romsdal.**
- Men fjell i seg sjøl selger lite eller ingenting. Og vakker natur er det mye av i Norge. Det er først når ressursene og kvalitetene samles, når dette pakkes inn og markedsføres, når ting blir tilrettelagt og når man setter i gang tiltak og prosjekter for å foredle og styrke en tydelig valgt profil at Rauma kan få full effekt av de fortrinnene vi sitter på. Dette er viktig, og det utgjør forskjellen.
- Det er først når vi har tatt en posisjon på dette, når vi har tatt konsekvensen av det valget som er tatt og begynt å gjennomføre, at effekten vil komme og som vil føre til økt aktivitet, økt tilflytting og folketallsvekst - og som dermed vil gjøre det lettere for lokalt næringsliv å rekruttere arbeidskraft.

## Visjon:

# Vi skal bli verdens beste kommune for naturglade mennesker

Visjonen skal klart og tydelig peke ut retningen,  
og gi oss noe å strekke oss etter.





## Begrunnelse:

- **Som nevnt**, framheves gleden ved nærhet til flott natur som en svært viktig verdi ved å bo i Rauma, og er noe de fleste setter pris på. Erfaringen viser at de som har et forhold til naturen trives godt her og flytter gjerne tilbake. Vi kan ikke konkurrere på de urbane tilbudene, men vi kan skape noe unikt i kombinasjonen natur, kultur og næring. En kommune som er god å bo i er også god å besøke.
  - **En slik visjon** vil bygge på strategiske satsinger innen det regionale utviklingsprogrammet RUP med livskvalitet som næring og attraktive ABS-regioner, Romsdal regionråds visjon knyttet til bolyst, samarbeid, verdiskaping og reiseliv og Innovasjon Norges merkevarebygging av Norge. Vi mener også at en slik visjon er framtidsrettet, da trendforskere viser til at etikk og miljø vil få sterkere betydning for menneskers valg i tida framover.
  - **Vi mener også** at visjonen er inkluderende og godt forankret i befolkningen. Den viser en retning og et valg, samtidig som den ikke begrenser for mye. Gleder springer ut av hjerte, trivsel og trygghet.
  - **Og med naturglede** mener vi alt fra de som nyter naturen fra kjøkken vinduet, verandaen eller bilen, de som fotograferer og registrerer sjeldne blomster, sportsfiskerne i elvene eller de som kaster med sluk fra nærmeste svaberg, lager et dikt om Langfjorden, går en ettermiddagstur på Moanebba, padler et stryk i Rauma, henger på en stein på Skiri eller strever seg opp til Gridsetskolten for å kaste seg utfor med fallskjerm på ryggen. For eksempel.
- Naturglede dekker hele spekteret. Fra det minste til det største, fra det aktive til det rolige, fra ro og stillhet til aktivitet og inspirasjon.
- **Vi har et veldig godt utgangspunkt** for å knytte oss til visjonen om å bli verdens beste på naturglede, med en unik natur der det er stor variasjon i natur og naturtyper - med kombinasjon av fjord, elver, fosser, tinder og høyfjell. Vi har en internasjonalt attraktiv natur for de som driver på et høyt nivå innen fjellklatring, isklatring, elvepadling og basehopping.

Og vi har tradisjon for internasjonal, naturbasert turisme, helt fra starten av turismen.





## Mere Fjell

*Av og til  
må noe vare lenge  
eller mister vi vel vettet snart,  
så fort som allting snurrer rundt med oss.*

*Store trær er fint  
og riktig gamle hus er fint  
men enda bedre  
fjell  
som ikke flytter seg en tomme  
om hele verden enn forandres  
(og det må den snart),*

*så står de der  
og står, og står  
så du har noe å legge pannen inntil  
og kjøle deg  
og holde i noe fast*

*Jeg trives med fjell.  
De lager horisonter  
med store hugg i,  
som de var smidd av smeder.*

*Tenk på: - den gamle nuten her har stått som nå  
helt siden Haralds-tiden.*

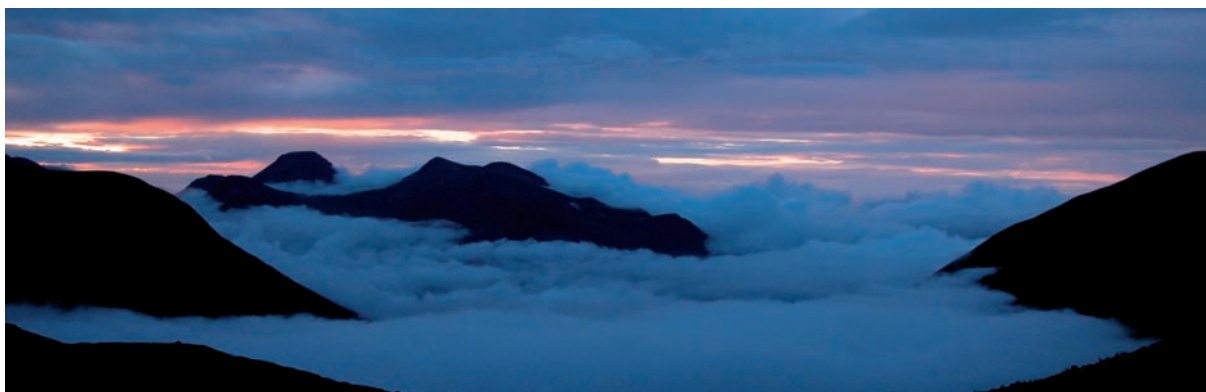
*Med sildrebekker på og lyngkjerr og den store  
bratte pannen uten tanker i.*

*Den står her nå  
som landemerke for din død, din uro,  
kanskje dine håp.*

*Så du kan gå derbort å holde i noe hardt.  
Noe gammelt noe. Som stjernene.*

*Og kjøle pannen på den, å tenke tanken ut.  
Å tenke selv!*

**Rolf Jacobsen**



## Verdier:

**Det er valgt noen få sterke ord som skal kjennetegne Rauma-samfunnet i ett og alt, og som følger av visjonen.**

Innspillene fra folkemøtene kan sammenfattes i tre verdibegreper som er viktige å fremme fordi de er rettet mot kjernen i de problemstillingene og utfordringene Rauma står overfor.

Verdiene sier noe om hvordan vi skal opptre mot hverandre for å bringe samfunnet i retning av vår visjon.

- **Oppmerksom:** Det handler om å være til stede, gjestfri, imøtekommende, sørvinnstilt. I dette ligger også det å være oppmerksom mot sine kunder, være på utkikk etter og legge merke til muligheter for kreativ nyskaping. Av dette følger også det å legge merke til utviklingen i naturen og være oppmerksom på hvordan det ser ut rundt en.
- **Ekte:** Når vi skal bygge et omdømme, følger det at vi må være ekte, det vil si at vi lever opp til det vi presenterer oss som og holder det vi lover. Sammen med oppmerksom betyr dette at vi skal opptre på en naturlig, positiv måte mot hverandre. Og knyttet til visjonen om naturglede, forplikter verdien ekte i forhold til å ta vare på naturen og at vi forvalter denne på en langsiktig måte.
- **Samarbeidsvillig:** Vi må samarbeide bedre både mellom bygdene og mellom bygd og by i kommunen, i næringslivet, og i det frivillige arbeidet for å få til et helhetlig tilbud og sammen utvikle oss. Samarbeid skaper utvikling.

**Dersom vi ønsker å invitere flere til å tilbringe mer tid i Rauma kommune i kortere og lengre perioder, må de trives og føle at de er særlig velkomne. Det gjør de dersom vi er oppmerksomme, ekte og samarbeidsvillige.**





## Eks på konsekvenser for politiske prioriteringer:

- **Overfor naturglade mennesker:**
  - o Bedre skilting og tilrettelegging av stier og løyper. Flere sykkel- og turstier. God informasjon om turmuligheter i kommunen på egen nettside.
  - o Bidra aktivt til å friskmelde elvene i Rauma.
  - o Politikken og arealforvaltningen skal synliggjøre en ansvarlig og langsiktig forvaltning av naturen.
  - o Minimum ett kommunestyremøte i året skal legges i friluft.
  - o Skape en holdning både i kommune og næringsliv der møter i friluft ses på som like produktive og kreative som møter innendørs.
- **Overfor oppvekst og utdanning:**
  - o Det skal være nok barnehageplasser og de skal ha ut-i-naturen-dager minst en dag i uka. Utvikle friluftsbarnehager, f.eks. Arne Randers Heens friluftsbarnehage.
  - o Alle 1.-klassingene i kommunen får hver høst utdelt fjellsko fra ordføreren i Rauma.
  - o Utvikle og markedsføre skolene i Rauma som spesielt god på kombinasjon natur og kultur, og etablere friluftsliv som fag ved kulturskolen.
  - o Arbeide for jakt, tundesport og friluftsliv som fag ved Rauma vid. skole.
  - o Arbeide for etablering av folkehøgskole i Rauma med tilbud om friluftsliv, jakt og tundesport.
- **Overfor lokal boligpolitikk:**
  - o Det skal tilrettelegges for attraktive tomter og boligløsninger, slik at det blir et godt og variert boligmarked for alle som ønsker å flytte til Rauma.
  - o Det skal arbeides for lettere tilgang på kjøp av småbruk.
- **Overfor areal og miljø:**
  - o Vi skal arbeide ekstra for å ivareta kulturlandskapet i Rauma, og ha et ekstra bevisst forhold til utviklingen innen primærnæringene.
  - o Befolkningen skal sikres gode levevilkår samtidig som forbruket av ressurser skal være tilpasset naturens tåleevne.
  - o Det skal legges til rette for attraktive hyttetomter og være gode muligheter for å skaffe seg en hytte i kommunen.
- **Overfor kommunikasjon og samferdsel:**
  - o Økt satsing på Rauma som attraktivt bo- og arbeidsmarkedsområde krever at det samarbeides om å bedre kommunikasjonene mot Molde som regionsenter, ikke minst for redusere pendler avstanden innen romsdalsregionen.
  - o Styrke Raumabanen og rutebiltilbudet. Realisering av Åndalsnes skysstasjon.
  - o Arbeide for rydding av krattskog langs vegene slik at utsikten til fjord og elv kan nytes.



- **Overfor næringsliv og sysselsetting:**

- Støtte opp om utviklingen av naturbasert reiseliv, gjerne tilknyttet primærnæringene - med et ekte og variert totaltilbud som representerer vår region, tradisjon og kultur.
- Gjøre Rauma til et naturlig kurssted med natur og kultur som profil.
- Sikre optimal hotell- og overnattingskapasitet gjennom bedre samarbeid i næringen for et best mulig samlet tilbud.
- Sikre tilgang på attraktivt næringsareal mtp utvikling av eksisterende næringsliv og ny-etableringer.
- Motivere lokalt næringsliv til å bruke naturen som et konkurransefortrinn, både overfor kunder og egne ansatte.

- **Overfor tettstedsutvikling:**

- Bidra til å styrke og utvikle sentrum av Åndalsnes mtp handel, butikk- og boligsensenter, og realisere gågata/miljøgata i sentrum.
- Skape et attraktivt kulturhus og konferansesenter med aktiviteter knyttet til kultur- og natur-opplevelser.
- Satse på landskapsarkitektur og estetikk i utvikling av naturlige og grønne møteplasser i sentrum.
- Arbeide videre med å realisere Åndalsnes skystasjon og utviklingen av jernbaneområdet.

- **Overfor helse- og sosialpolitikk:**

- Arbeide for økt bruk av natur og kultur på institusjonene.
- Satsing på natur, kultur og aktivt friluftsliv i samarbeid med lag og organisasjoner som positivt bidrag til folkehelsen.
- Initiere trim og treningsmuligheter i tilknytning til natur overfor ansatte i privat og offentlig sektor.

- **Overfor kultur og samfunn:**

- Lage en knakende god film om Rauma som tilbys alle bedrifter og innbyggerne i kommunen.
- Stolthetsbygging gjennom økt kjennskap til kommunens næringsliv og kulturliv på tvers av bygder.
- Økt informasjon om kommunens virksomhet, innbyggerne skal møte medarbeidere i kommunen som etterlever kommunens kjerneverdier.
- Gjøre kulturhuset til regional møteplass for natur og kultur med nasjonalt tindesenter og nasjonalparksenter som viktige brikker.
- Støtte opp om videreutvikling av festivalene, kulturskolen og biblioteket i retning natur og kultur.

